

Dossier especial: «25 anys d'Estudis d'Economia i Empresa a la UOC: reflexions en clau de futur» coordinat per María Jesús Martínez Argüelles i Joan Miquel Gomis López

UNA REVISIÓ RETROSPECTIVA PER AFRONTAR EL FUTUR

El turisme davant el repte de la transformació

Pablo Díaz Luque, Lluís Garay Tamajón, Joan Miquel Gomis López, Francesc González Reverté, Soledad Morales Pérez, Julie Wilson

Estudis d'Economia i Empresa. Universitat Oberta de Catalunya

RESUM En el vint-i-cinquè aniversari del naixement de la Universitat Oberta de Catalunya i dels seus Estudis d'Economia i Empresa, un grup de professors de l'àmbit de turisme de la institució reflexionen sobre la situació actual del sector en un moment clau. D'una banda aporten les seves idees de quina ha estat l'evolució del turisme en els darrers vint-i-cinc anys i quins han estat els elements i els factors clau que han condicionat aquesta evolució fins avui. D'altra banda, a partir de la crisi generada pels efectes de la pandèmia, també deliberen per identificar possibles escenaris de futur i els factors clau que poden condicionar-lo.

PARAULES CLAU economia de plataforma turística; turisme sostenible o responsable; digitalització

A RETROSPECTIVE REVIEW FOR TACKLING THE FUTURE

Tourism facing the challenge of transformation

ABSTRACT *On the twenty-fifth anniversary of the opening of the Universitat Oberta de Catalunya and its Economics and Business Studies, a group of professors from the tourism field of the institution reflect upon the current situation of the sector at a key moment. On the one hand, they bring their ideas on what has been the evolution of tourism over the last twenty-five years and the elements and key factors that have conditioned this evolution to date. On the other hand, based on the crisis generated by the effects of the pandemic, they deliberate on identifying possible future scenarios and the key factors that may condition them.*

KEYWORDS *tourist platform economics; sustainable and/or responsible tourism; digitalization*

Introducció

En paraules del director del grau en Turisme de la UOC, Francesc González, «en els darrers vint-i-cinc anys el turisme ha viscut alguns dels moments de transformació més radicals de la seva història». En aquest article, diferents membres de l'equip del professorat de l'àmbit de turisme dels Estudis d'Economia i Empresa de la UOC reflexionen sobre quins han estat els elements i els factors clau que han condicionat aquesta evolució fins avui. I, anant més enllà, a partir de la crisi generada pels efectes de la pandèmia, es plantegen possibles escenaris de futur per al turisme i analitzen quins elements poden condicionar-lo.

El professor González apunta com a factors clau d'aquesta evolució «la consolidació de les tecnologies de manera transversal i que afecta tota l'activitat a partir de l'ús d'internet en un món basat en la informació. Però, a més, s'han començat a introduir altres tecnologies amb caràcter disruptiu (IA, destinacions intel·ligents, tecnologies immersives, economia de plataforma, robotització, tecnologia de *blockchain*, etc.) que afectaran la manera de viatjar, la producció d'experiències, la comprensió de les necessitats de la demanda, la relació amb l'entorn de la destinació i que també plantegen nous riscos i reptes (privacitat, ciberdelinqüència o la relació amb l'ocupació i el treball)».

Efectivament, com esmenta el professor de l'àmbit de tecnologies de la informació i de turisme (grau i màster) en els Estudis d'Economia i Empresa de la UOC, Pablo Díaz, el turisme és un sector intensiu en informació (Poon, 1993) i, per tant, perfectament relacionat amb les TIC: «Aquestes tecnologies han tingut diferents fases distributives en la seva relació amb aquesta indústria. Així, inicialment es parlava de desintermediació, després d'una reintermediació i darrerament d'hipermediació per la imbricació de gran multitud d'agents interessats a captar part del negoci. Fins i tot recentment es va facilitar, gràcies a l'economia col·laborativa, o millor dit de plataforma, la incorporació massiva dels potencials turistes, ciutadans en general, com a oferents d'allotjament turístic, circumstància que està tenint conseqüències molt destacables en la geografia turística urbana». No es pot oblidar, segons el professor Díaz, que «abans de la xarxa d'ordinadors servidor-client connectats, que és en definitiva internet, van existir xarxes privades d'ordinadors connectats a bases de dades per poder fer reserves de places d'avió».

1. El context històric

El director del grup de recerca sobre noves perspectives en turisme i oci (NOUTUR) i director del programa de doctorat en Turisme, ambdós a la UOC, Lluís Garay, situa l'anàlisi d'aquesta evolució en un context històric i descriu com «a finals del segle xx encara es parlava molt del trànsit del turisme des d'una etapa fordista al postfordisme. Es posava molt d'èmfasi en el pas d'un turisme massificat a un turisme altament especialitzat i on una oferta particularment flexible respondria de manera gairebé taylorista a les demandes (valgui la redundància) d'uns consumidors cada vegada més exigents i empoderats. Aleshores es parlava de diferents factors que estaven transformant el turisme des de la dècada de 1970, com els canvis demogràfics (per exemple, l'envelliment de la població), els canvis socials (un bon exemple és l'accés de la dona al mercat laboral) i el consum i fins i tot en l'àmbit polític i normatiu (creixent pes de les administracions més micro, com les locals, comarcals o regionals, i de les més macro, com en el nostre entorn la Unió Europea)».

El professor Garay segueix amb la seva contextualització històrica explicant com «a finals dels noranta algunes tipologies de turisme, com ara el turisme rural o el creuerisme, iniciaven una onada de creixement que s'estendria en les següents dècades. Feia temps que també es parlava de la saturació de les destinacions tradicionals, com en el nostre context de les de sol i platja, i què es podria fer perquè no caiguessin en una perllongada etapa d'estancament parlant en terminologia del conegut cicle de Butler (1980). Amb tot, a finals dels anys noranta ja s'albirava que dos serien els grans motors, forces motrius o processos protagonistes del desenvolupament turístic en els anys següents: d'una banda, la tecnologia i especialment les tecnologies de la informació i la comunicació (les famoses TIC) i, de l'altra, tot el que envoltava la creixent sensibilització pels impactes del turisme en el medi ambient, amb sortida cap a la proposta de nous models de l'activitat que fossin més "sostenibles". Aquestes dues forces transformarien l'activitat i donarien peu a una nova onada de creixement de la mateixa, situant-la com un element cada vegada més central en els debats socioeconòmics i polítics contemporanis».

En aquest punt, el professor Garay argumenta que això és així perquè «gràcies al desenvolupament de les TIC, d'internet i especialment de l'economia de plataforma, el turisme i totes les activitats de lleure que l'envolten estarien més accessibles que mai per als consumidors, tant per disponibilitat com per preu, empaitant el creixement de la indústria dels serveis relacionada amb moltes destinacions, però especialment amb les grans ciutats globals. En aquestes, el creixement tan sobtat (especialment de l'oferta d'allotjament i de serveis complementaris) ha provocat un creixent malestar i la reacció per part de la ciutadania, que s'ha començat a mobilitzar davant del que alguns anomenen *overtourism*».

Aquesta nova realitat sembla marcar l'inici de tendències rellevants que exposa el professor Garay en destacar com «una gran part de la demanda es decanta per opcions que siguin més responsables econòmicament, socialment i ambientalment, tot i que no es pot parlar encara d'una transició decidida cap a la sostenibilitat i moltes vegades es critica fins i tot la proliferació de campanyes de *greenwashing* per part de la indústria turística. En tot cas, també han proliferat propostes de caire potser més minoritari que volen donar més rellevància als equilibris amb la societat i el medi ambient i que normalment s'han associat a productes turístics de caire més local, més micro, i on l'element identitari, el *sense of place*, pren un nou protagonisme».

En aquest sentit, el professor dels Estudis d'Economia i Empresa de la UOC i director de la revista *Oikonomics*, Joan Miquel Gomis, exposa que «de la mateixa manera que les tecnologies han facilitat processos de concentració de grans corporacions a partir de la implementació de canals de comercialització molt eficients, les petites i mitjanes organitzacions poden trobar també les eines necessàries per actuar com a agents de canvi amb propostes d'ofertes alternatives i sostenibles de transformació del turisme. Ara les tecnologies els permeten apropar-se de manera eficient amb aquests nous canals als col·lectius, potser avui dispersos i encara minoritaris, que són sensibles a aquestes propostes i agregar-los amb bases sòlides».

2. La perspectiva acadèmica

La directora del màster universitari de la UOC en Turisme, sostenibilitat i TIC, Soledad Morales, introdueix en el debat un element fonamental com és la perspectiva acadèmica i la seva evolució en aquest període. Com ha exposat anteriorment la professora (Morales Pérez, 2017), «la disciplina turística en els darrers vint-i-cinc anys ha anat ocupant un lloc cada vegada més central en les ciències socials. Un lloc que s'ha creat en paral·lel a la seva consolidació com a estudis oficials universitaris. Per tant, una primera fita, per a mi, ha estat la creació d'un espai acadèmic propi amb l'establiment i la consolidació d'estudis universitaris reglats, primer la diplomatura i després el grau, al mateix nivell que altres disciplines. Es tracta d'un espai acadèmic al qual se li ha associat un espai de divulgació i d'investigació propi. Si bé és cert que el turisme, com a espai interdisciplinari que és, encara no té un cos teòric propi i individual, ha sabut integrar marcs epistemològics creats per les ciències socials dels quals també s'han alimentat disciplines afins al turisme com la geografia o l'economia i l'empresa, dos dels seus eixos bàsics».

Sobre aquesta qüestió, la professora Morales destaca «dues narratives epistemològiques fonamentals per entendre el camí que la disciplina turística ha resseguit en aquests darrers vint-i-cinc anys. El primer és el paradigma de la sostenibilitat, el qual ha capil·laritzat el coneixement i la pràctica turística, sobretot des del punt de vista mediambiental. El segon és l'enfocament feminista, un paradigma crític producte de mirades alternatives, com ho és també la mirada postcolonialista, per exemple, que obliga la disciplina i la pràctica turística a qüestionar-se els espais socials que ocupa i com els ocupa, fent-les caminar cap a espais més inclusius».

En aquest context, l'anàlisi de la professora Morales va més enllà de l'àmbit acadèmic per destacar que «en el pla socioeconòmic, el turisme s'ha configurat com una activitat fonamental de les societats actuals. Es pot dir que sociològicament el turisme és una activitat inserida a l'ADN de totes les generacions de la nostra societat, essent símbol de benestar i de riquesa. Certament dels països i dels grups socials amb poder adquisitiu. Però també s'ha convertit en una activitat econòmica cabdal en l'economia mundial, encara més després de la crisi financera de 2007-2008».

Per entendre aquesta posició central del turisme en la societat i en l'economia actual, la professora Morales en destaca (sense ànim de fer una descripció exhaustiva) els següents elements:

- La configuració dels esdeveniments com a espais de creació i de projecció nacional o internacional de la imatge dels territoris, convertint-se en espais prioritaris en la promoció econòmica de les destinacions (siguin ciutats, països o regions). El cas de Barcelona com a seu de grans fires, com el Mobile World Congress, és paradigmàtic.

- L'extensió de les aerolínies *low-cost*, una plataforma fonamental per al desbordament del turisme urbà.
- L'ús de la tecnologia tant per part del sector com especialment pels usuaris, que, entre altres, ha fet aflorar plataformes d'intermediació en línia fiantant nous canals de promoció i empoderant l'opinió de l'usuari.
- L'expansió de l'economia de plataforma, principalment en l'allotjament de curta durada. Airbnb en seria un exemple paradigmàtic.
- Els processos d'aglomeració de les plataformes d'intermediació, la qual cosa ha propiciat la desaparició de plataformes mitjanes o petites, que han estat absorbides per les que ara són les grans plataformes d'intermediació (com TripAdvisor o Booking).
- I tot plegat generant processos nocius per al turisme com l'*overtourism* i les reaccions de rebuig al turisme per part dels moviments socials.

3. L'impacte de la covid-19 i el futur: elements per a la reflexió

Seguint el fil argumentatiu del context històric que aporta el professor Lluís Garay, «el turisme estava arribant potser a la cúspide d'una nova onada de creixement en el pla global, amb una sensació de saturació i una creixent reacció a moltes destinacions globals, quan va esclatar la crisi originada per la pandèmia de la covid-19. Aquesta crisi va implicar una dramàtica aturada de la mobilitat en el pla global, que com sabem ha afectat l'activitat turística de manera molt profunda, però ha tingut també altres conseqüències relacionades amb el desenvolupament prèviament comentat». Una aturada, però, que en paraules del professor Francesc González «malgrat que en els vint-i-cinc anys anteriors s'ha produït un ampli debat sobre les possibilitats de reformular el turisme des de diferents alternatives i visions paradigmàtiques (turisme sostenible, *pro-poor*, turisme just, solidari, etc.) mai com durant la pandèmia actual i l'evidència de la crisi climàtica no s'han donat les condicions materials i mentals per obrir noves fronteres i perspectives d'anàlisi que pretenen superar la retòrica de la sostenibilitat».

En aquest punt, el professor González reprèn el fil de la visió acadèmica que havia introduït la professora Morales en reivindicar que «la visió des de l'acadèmia també ha tingut un paper important en aquests debats amb abundants veus que recolzen la necessitat de dur a terme un canvi paradigmàtic, tot passant per les propostes de turisme regeneratiu, el *transformative turn* en turisme, la nova mirada a la mobilitat o les propostes que reclamen un nou plantejament social envers el decreixement, els quals han pres volada en els darrers anys. No obstant, passar de l'àmbit d'opinió minoritari d'una revista científica a tenir capacitat de transformar i de generar impacte social real requereix molt de trajecte i caldrà veure fins a quin punt aquestes propostes són assumides per les administracions, la indústria turística i els turistes en la pràctica. A més, caldrà observar també de quina manera les dinàmiques de crisi sanitària i climàtica fan introduir noves mesures de planificació i de gestió centrades en els conceptes de resiliència, adaptació evolutiva i noves aproximacions a la sostenibilitat».

La professora Julie Wilson, vicedegana de recerca dels Estudis d'Economia i Empresa de la UOC, recorda que hi ha una gran diversitat de percepcions i d'expectatives envers l'època de postpandèmia que ens espera. Caldria tenir en compte, seguint Mansilla i Hughes (2021), que tot i que molts agents del sector turístic poden pensar que quan la contingència imposada per la covid-19 hagi passat el turisme tornarà com abans, allò que no tornarà a ser igual que abans és la societat. La pandèmia ha deixat la seva marca indeleble i això ens convida a reflexionar en la línia del turisme regeneratiu, l'adaptabilitat i la reconfiguració del turisme abans de perseguir metanarratives de recuperació de situacions anteriors.

Presentat aquest nou panorama i seguint les idees de Ioannides i Gyimothy (2020), la professora Wilson voldria que el turisme global s'entengués com un prisma mitjançant el qual poder contemplar com es poden produir transformacions més àmplies després de la crisi de la covid-19, tot tenint de fons contextual la finalitat d'analitzar com els efectes catastròfics actuals sobre el sector turístic presenten una oportunitat per replantejar-se algunes pràctiques en el turisme. En aquest sentit, argumenta que seria bo contrastar la possible davallada de les pràctiques turístiques tradicionals, que actualment estan greument alterades per la covid-19, amb activitats de nínxol emergents (per exemple turisme creatiu a partir de models de negoci digitals col·laboratius). És evident que la pandèmia actual ha provocat, i segueix provocant, canvis importants en la lògica dominant del neoliberalisme tan prevalent en les darreres dècades i que nombroses destinacions arreu del món han anat seguint mitjançant estratègies orientades al creixement en un

entorn altament desregulat. Tanmateix, afegeix la professora Wilson, la pausa en què estem en aquest moment, enmig d'una pandèmia, ofereix la possibilitat que el turisme dibuixi i dissenyi nous camins a seguir en els propers anys i els recercadors que n'estudiem els impactes hem d'acompanyar els agents, els actors i els afectats en aquesta transició, entesa com una finestra d'oportunitat.

El professor Díaz reitera la «gran dimensió» d'aquest trajecte des de «l'hiperconsum, al qual també empenyen les tecnologies de les xarxes socials, per exemple, cap a una producció i consum turístic més harmoniós, conscienciat i sostenible». Afirma que «el turisme és una part rellevant i creixent de l'activitat econòmica mundial i podrà acompanyar els canvis que han de venir en el futur a causa de factors com el canvi climàtic. No oblidem que el transport aeri és una de les activitats més contaminants. Tot i això, no és plausible que lideri el que ha de ser un canvi de paradigma de desenvolupament. Probablement serà el contrari degut a la incorporació d'economies fins ara "en desenvolupament" a la pràctica turística i als seus potencials turistes, i també al viratge de les inicialment anomenades *economies col·laboratives* fins a les exitoses economies de plataforma que posen en valor allò que no ho estava, com en el cas d'Airbnb (Díaz Luque, 2017). En aquest context, el turisme corre el perill de liderar la insostenibilitat del paradigma actual de creixement».

En aquest sentit, la professora Morales recalca que «tenim entre mans el repte de construir un turisme nutritiu i transformador», però en un entorn marcat encara per la incertesa es mostra pessimista: «ho soc en el sentit que percebo que la pandèmia no ha significat un canvi de pautes de consum turístic cap a comportaments més sostenibles ni tampoc un punt d'inflexió de la tendència creixentista. Un exemple d'això són els missatge de les institucions que continuen essent creixentistes i posen com a fita principal (o preocupació bàsica) assolir ràpidament el volum de viatges i de negocis pre-pandèmia. Per tant, continuarem necessitant discursos i accions que ens facin pensar en els límits del turisme i en els moviments crítics que havien sorgit al seu voltant. Com a mínim, a curt termini, possiblement molts països i destinacions cauran del mapa turístic per temes de seguretat, com pot passar amb els països més pobres, sense accés a la vacunació massiva de la població. Caldrà tenir un ull sobre l'evolució de la qualitat de l'ocupació del mercat turístic i de la superació de les desigualtats de gènere que tant ha agreujat la pandèmia». En aquest sentit, la directora del màster en Turisme, sostenibilitat i TIC de la UOC destaca que «tenim el repte i l'obligació de no deixar de banda aspectes socials com la qualitat del treball i les desigualtats entre els treballadors i les treballadores, per posar per davant el benefici i el creixement econòmics. Un risc que veig molt evident segons els missatges institucionals, com dic, creixentistes. I, finalment, cal posar atenció també en els processos de digitalització de les empreses i de la societat per trobar nous espais i mitjans que facilitin al turisme i a les persones relacionar-se amb els territoris i les societats que visiten d'una manera més atenta, conscient i enriquidora».

Al voltant d'aquestes qüestions, el professor Francesc González apunta un fet que «durant les darreres dues dècades s'ha manifestat amb més capacitat de transformació de la indústria turística, i això té a veure amb la nova relació social amb el turisme: la comunitat local ha pres rellevància en el discurs públic sobre turisme i tant la governança com la planificació i la gestió de les destinacions tendeixen a considerar cada vegada més el seu rol i opinió. Els debats recents al voltant de com afrontar el turisme des d'una òptica de limitació del creixement continuat estan relacionats amb aquesta tendència. Les condicions de la formació i els efectes de la turistificació a les ciutats i a les destinacions de masses, els efectes de les anomenades *economies de plataforma* sobre els residents i els barris de les ciutats on s'ubiquen, els impactes derivats de l'excés de turisme o el debat, més ideològic, sobre la turismofòbia o el paper dels moviments socials urbans contraris al turisme són sens dubte derivades d'aquesta aproximació social al turisme i de com fer els llocs turístics més confortables per a la població resident. Finalment, cal tenir en compte una visió nova dels efectes del turisme a les ciutats que s'ha començat a desenvolupar els darrers anys i que gira al voltant de les perspectives psicosociològiques i emocionals aplicades al turisme. Des d'aquesta perspectiva es contempla, per primera vegada, quina és la resposta emocional de residents (i de turistes) a la presència continuada de turisme en la comunitat traduïda en impactes sobre la salut física i mental dels residents, però també en la satisfacció amb l'experiència en la destinació per part dels turistes».

Sobre aquest rol dels residents en les activitats turístiques, el professor Joan Miquel Gomis exposa com a principi ideal que «el turisme hauria de reubicar-se en el marc d'economies diversificades en un entorn en el que els turistes passin a considerar-se residents temporals, amb els seus drets i també amb les seves obligacions i amb la voluntat segurament utòpica, però que hauria de ser l'objectiu de compartir una mateixa idea de destinació turística entesa com un espai territorial vital de convivència comunitària amb els residents habituals». Una via per treballar en aquesta línia

exposada seria, en paraules del professor Gomis, «que l'indicador del nombre de turistes deixés de tenir l'excessiu protagonisme que actualment té per mesurar l'èxit d'una destinació. Una combinació d'indicadors vinculats a la sostenibilitat hauria d'ajudar a avaluar els resultats de les polítiques turístiques de manera més ponderada i eficient en àmbits clau com l'econòmic, però també en el medi ambiental, el canvi climàtic, el social i el cultural vinculat al patrimoni. Hi ha diferents sistemes d'indicadors de sostenibilitat que tenen eines pràctiques per al disseny d'estratègies que es poden adaptar a les necessitats de cada destinació i poden ser un bon inici en aquest camí. Una estratègia que, no serà fàcil, hauria d'aspirar a reubicar el turisme en el marc d'economies diversificades».

Per donar resposta a aquestes noves realitats múltiples –perpètuament en canvi– la professora Julie Wilson subratlla que la investigació sobre l'activitat turística en l'època de postpandèmia ha de ser capaç d'entendre aquests nous contextos sense oblidar l'evolució del turisme com a fenomen socioeconòmic i cultural fins ara. Això requereix noves aproximacions i nous marcs conceptual i teòrics; maneres d'investigar el turisme que no només aprecien sinó que també participen en el desordre relatiu de les relacions entre el turisme, els llocs i la societat. Ens caldria, doncs, «una manera més emocional, situada i no-lineal de teoritzar el turisme dins (i més enllà) de les crisis [...] que evoluciona de manera iterativa a partir de la investigació i no simplement del debat» (Gibson, 2021, pàg. 86).

Pel que fa a temàtiques pertinents per al futur immediat i proper, la professora Wilson remarca que seria interessant, d'una banda, plantejar estudis de turisme basats en el pensament de la complexitat, en el coneixement crític de les economies post-capitalistes i en models de negoci col·laboratius o alternatius. D'altra banda, convindria un enfocament en models estratègics al nivell de destinacions que a propòsit no segueixen la lògica del capitalisme tardà i (contràriament) s'obren al pensament de complexitat, al coneixement crític de les economies postcapitalistes i als models de negoci col·laboratius o alternatius.

4. Els efectes de la crisi i el valor de la planificació

El professor Lluís Garay es refereix als efectes de la crisi provocada per la covid-19 fent referència a les amenaces, les oportunitats i les realitats que ha generat: «S'ha comentat que la crisi implicava una oportunitat per a moltes activitats, i especialment per les dependents de la mobilitat, per iniciar definitivament la transició cap a nous models més sostenibles. Amb tot, a mesura que la crisi s'ha anat modulant (encara que no finalitzada, ni molt menys), s'ha pogut observar que alguns d'aquests trets inicials es mantenen en gran manera i d'altres aturaven o disminuïen el seu impacte. Així, l'acceptació de models de teletreball més generalitzats han vingut per quedar-se, potser també en relació amb noves necessitats de distribució del treball i també d'ocupació del temps lliure, que s'hauran de seguir amb cura per part dels investigadors en turisme i lleure. Les plataformes que eren guanyadores de primera hora mantenen o segueixen augmentant el seu poder, mentre que les perdedores inicials, com ara les d'allotjament turístic de curt termini estan recuperant l'activitat progressivament i tornen a incidir en una estratègia d'ampliació de negocis (per exemple els basats en experiències turístiques a les destinacions més enllà de l'allotjament) i de destinacions (posant les mires en el turisme fora de les ciutats) que ja havien iniciat en la pre-pandèmia».

En línia amb la visió de la professora Soledad Morales, Lluís Garay també explica que «la il·lusió per una més ràpida transició a models més sostenibles en l'activitat sembla de moment esvaïr-se davant de la (de moment) progressiva recuperació de la mobilitat als principals països emissors i receptors», però afegeix que «amb tot, s'ha accelerat també el procés de creixent sensibilització perquè la indústria turística tingui uns impactes més equilibrats, i això hauria de tenir repercussions en organitzacions i destinacions».

Finalment, el professor Garay incideix en un aspecte clau per al futur del sector com és el de la planificació: «les restriccions a la mobilitat han provocat una forta derivació dels fluxos turístics i han transformat molts potencials turistes internacionals en turistes domèstics. Això ha pogut contrarestar en moltes destinacions la caiguda dels viatgers internacionals, mentre que ha permès que destinacions fins ara secundàries, com moltes d'interior, s'enlairin. Això és una oportunitat alhora que un repte, ja que correm el perill de repetir els errors de la manca de planificació en passades onades de creixement, amb les conseqüències que encara s'aprecien en destinacions com les més madures de sol i platja. Espais especialment vulnerables s'han vist absolutament envaïts per turistes en el darrer any i mig i s'han hagut de prendre les primeres mesures per regular aquests nous fluxos. TIC i sostenibilitat van novament de la mà, ja que unes altres plataformes, en aquest cas les xarxes socials, han sigut i seran les principals fonts d'informació per triar aquestes o altres destinacions, de vegades amb afectacions al medi o superació de les capacitats de càrrega. És en la intersecció de les mateixes que haurem d'estar atents en els propers anys en relació amb el desenvolupament de l'activitat i la seva necessària planificació i monitoratge».

Referències bibliogràfiques

- BROUDER, Patrick (2020). «Reset redux: possible evolutionary pathways towards the transformation of tourism in a COVID-19 world». A: *Tourism Geographies*, vol. 22, núm. 3, pàg. 484-490. DOI: <https://doi.org/10.1080/14616688.2020.1760928>
- BUTLER R.W. (1980). «The concept of a tourist area cycle of evolution». A: *Canadian Geographer*, vol. 24, pàg. 5-12. Oxford: Pergamon press Ltd. DOI: <https://doi.org/10.1111/j.1541-0064.1980.tb00970.x>
- DÍAZ LUQUE, Pablo (2017, maig). «Aproximació conceptual a la relació entre l'economia col·laborativa i el turisme». A: *Oikonomics*, núm. 7. DOI: <https://doi.org/10.7238/o.n7.1703>
- GARAY, Lluís; MORALES, Soledad; WILSON, Julie (2020, maig). «Tweeting the right to the city: digital protest and resistance surrounding the Airbnb effect». A: *Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism* [en línia]. DOI: <https://doi.org/10.1080/15022250.2020.1772867>
- GARAY, Lluís; FONT, Xavier; CORRONS, August (2019). «Sustainability-Oriented Innovation in Tourism: An Analysis Based on the Decomposed Theory of Planned Behavior». A: *Journal of Travel Research*, vol. 58, núm. 4, pàg. 622-636. DOI: <https://doi.org/10.1177/0047287518771215>
- GIBSON, Chris (2021). «Critical tourism studies: new directions for volatile times». A: *Tourism Geographies*, vol. 23, núm. 4, pàg. 659-677. DOI: <https://doi.org/10.1080/14616688.2019.1647453>
- GÖSSLING, Stefan; SCOTT, Daniel; HALL, Michael (2020). «Pandemics, tourism and global change: a rapid assessment of COVID-19». A: *Tourism Geographies*, vol. 22, núm. 3, pàg. 1-20. DOI: <https://doi.org/10.1080/09669582.2020.1758708>
- HALL, Michael; SCOTT, Daniel; GÖSSLING, Stefan (2020). «Pandemics, transformation and tourism: be careful what you wish for». A: *Tourism Geographies*, vol. 22, núm.3, pàg. 577-598. DOI: <https://doi.org/10.1080/14616688.2020.1759131>
- IOANNIDES, Dimitri; GYIMÓTHY, Szilvia (2020). «The COVID-19 crisis as an opportunity for escaping the unsustainable global tourism path». A: *Tourism Geographies*, vol. 22, núm. 3, pàg. 624-632. DOI: <https://doi.org/10.1080/14616688.2020.1763445>
- MANSILLA, Jose; HUGHES, Neil (2021). «En dos años no nos vamos a acordar de la pandemia. Análisis del discurso sobre el decrecimiento turístico en Barcelona». A: *Barataria. Revista Castellano-Manchega De Ciencias Sociales*, núm. 30. DOI: <https://doi.org/10.20932/barataria.v0i30.623>
- MORALES PÉREZ, Soledad (2017, maig). «Claus per entendre el turisme d'avui». *Oikonomics*, núm. 7. DOI: <https://doi.org/10.7238/o.n7.1701>
- POON, Auliana (1993): *Tourism, Technology and Competitive Strategies*. CAB International.
- XIANG, Zheng; FUCHS, Mattias; GRETZEL Ulrike; HÖPKEN Wolfram (eds) (2021) *Handbook of e-Tourism*. Springer, Cham. DOI: https://doi.org/10.1007/978-3-030-05324-6_134-1

Citació recomanada: DÍAZ LUQUE, Pablo; GARAY TAMAJÓN, Lluís; GOMIS LÓPEZ, Joan Miquel; GONZÁLEZ REVERTÉ, Francesc; MORALES PÉREZ, Soledad; WILSON, Julie. El turisme davant el repte de la transformació. *Oikonomics* [en línia]. Març 2022, n.17. ISSN 2330-9546. DOI: <http://dx.doi.org/10.7238/o.n17.2210>



Pablo Díaz Luque

pdiazlu@uoc.edu

Professor agregat dels Estudis d'Economia i Empresa (UOC)

Llicenciat en Ciències Econòmiques i Empresariales per la Universitat de Màlaga en dues especialitats: Economia Pública i Economia Regional i Urbana. Doctor en Ciències Econòmiques i Empresariales per la Universitat de Màlaga. Tesi (amb beca Turismo de España 2002) sobre les destinacions turístiques a internet. Publicacions d'articles i de capítols de llibre en matèria de turisme i tecnologia, entre altres temes. Professor dels Estudis d'Economia i Empresa de la UOC en l'àmbit del turisme de les titulacions de grau i màster.



Lluís Garay Tamajón

lgaray@uoc.edu

Professor agregat dels Estudis d'Economia i Empresa (UOC)

Vicecoordinador (director a la UOC) del doctorat interuniversitari en Turisme de la Redintur. Investigador principal del grup de recerca SGR NOUTUR (Noves perspectives en turisme i lleure). Les seves principals àrees d'interès d'investigació se centren en les diverses forces que transformen l'activitat turística, tot destacant els processos col·laboratius, cocreatius, sostenibles i responsables relacionats amb aquesta i que impacten en els entorns i organitzacions turístics i no-turístics, tant urbans com rurals. És també l'investigador principal del grup de recerca NOUTUR (UOC), que té com a objectiu analitzar la naturalesa i els impactes del turisme i de les activitats del lleure en l'actual entorn caracteritzat per la creixent rellevància de les tecnologies de la informació i la comunicació (TIC) i de la necessitat de transició a models turístics sostenibles o responsables.

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-4209-3319>

RESEARCHGATE: https://www.researchgate.net/profile/Lluis_Garay

SCHOLAR: <https://scholar.google.es/citations?user=dIK83WEAAAAJ&hl=en>

LINKEDIN: <https://www.linkedin.com/in/lluis-garay-53007b9?originalSubdomain=es>



Joan Miquel Gomis López

jgomisl@uoc.edu

Professor agregat dels Estudis d'Economia i Empresa (UOC)

Director de la diplomatura i del grau de Turisme en el període 2006-2017, ha estat també durant aquest període director acadèmic de màsters i postgraus sobre gestió de destinacions i en direcció d'organitzacions turístiques. Director de la revista *Oikonomics*. Doctor pel Departament d'Economia i Organització d'Empreses (UB). La seva docència i recerca (en el grup NOUTUR de la UOC) està centrada en l'àmbit del turisme en l'aplicació de les TIC a la comercialització, la innovació, la sostenibilitat i la responsabilitat, la gestió de les destinacions, etc., temes sobre els quals ha publicat nombrosos capítols de llibres i articles acadèmics i de divulgació. Ha publicat llibres com *Turismo justo, globalización y TIC*, i, amb Luís de Borja, *El nuevo paradigma de la intermediación turística*.



Francesc González Reverté

fgonzalrezre@uoc.edu

Professor agregat dels Estudis d'Economia i Empresa (UOC)

Doctor en Geografia per la UAB i màster en Geografia per la mateixa universitat. Actualment és professor del grau i del postgrau de Turisme dels Estudis d'Economia i Empresa de la UOC. Director del grau de Turisme de la UOC, la seva tasca acadèmica ha estat reconeguda amb diferents acreditacions docents i trams d'investigació. Els seus interessos d'investigació són els processos i les dinàmiques de desenvolupament de les destinacions turístiques de sol i platja, els impactes socials i culturals dels esdeveniments turístics i la introducció i l'ús de les noves tecnologies en les destinacions turístiques intel·ligents. A més, també està interessat en l'aprenentatge en línia aplicat al turisme. Actualment és investigador del grup de recerca de Noves Perspectives en Turisme i Oci (NOUTUR) de la UOC. Ha participat en diferents projectes d'R+D sobre turisme i ha publicat articles, llibres i capítols de llibre en diferents revistes i editorials especialitzades nacionals i internacionals. També ha redactat nombrosos materials docents per a assignatures de turisme de grau i postgrau.



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 juntament amb l'Organització Mundial del Turisme. És membre del grup de recerca en turisme de la UOC, NOUTUR, i lidera diferents projectes d'R+D en l'àmbit de la disciplina turística. Els seus interessos d'investigació se centren actualment en l'anàlisi dels impactes de l'economia de plataforma en l'espai turístic, els processos de desenvolupament turístic des de la perspectiva de gènere i la implicació de l'acadèmia per donar resposta a les necessitats de la societat actual, temàtica vinculada amb el projecte CIRCLET Erasmus+, que colidra a la UOC.



Julie Wilson

jwilson2@uoc.edu

Vicedegana de recerca i professora agregada dels Estudis d'Economia i Empresa (UOC)

És membre del grup de recerca NOUTUR, on imparteix docència i fa recerca en l'àmbit del turisme i la sostenibilitat. Actualment presideix la Comissió de Turisme, Oci i Canvi Global de la Unió Geogràfica Internacional, i el 2019 va ser guardonada amb el premi internacional Roy Wolfe de l'American Association of Geographers (AAG). Els seus interessos d'investigació se centren en l'anàlisi del turisme en la transformació socioterritorial del paisatge urbà i rural, el paper de la cultura i la creativitat en la generació de noves formes de sostenibilitat en el turisme i l'economia de plataforma i la geografia econòmica evolutiva com a marcs interpretatius per entendre el turisme. Ha publicat deu llibres i més de quaranta articles i capítols de llibre en editorials de referència, i és membre dels comitès editorials de les revistes *JCR/SJR Q1 Tourism Geographies* i *Current Issues in Tourism*.

Els textos publicats en aquesta revista estan subjectes –llevat que s'indiqui el contrari– a una llicència de Reconeixement 4.0 Internacional de Creative Commons. Podeu copiar-los, distribuir-los, comunicar-los públicament i fer-ne obres derivades sempre que reconegueu els crèdits de les obres (autoria, nom de la revista, institució editora) de la manera especificada pels autors o per la revista. La llicència completa es pot consultar a <https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/deed.ca>.

