

PERCEPCIÓN DE LOS IMPACTOS CULTURALES EN UNA COMUNIDAD INSULAR

María del Carmen Azpelicueta Criado¹

Ramón Cardona, José²

Serra Cantallops, Antoni³

Universitat de les Illes Balears

m.azpelicueta@uib.eu

jramon.cardona@terra.com

antoni.serra@uib.es

Material original autorizado para su primera publicación en la revista académica REDMARKA. Revista Digital de Marketing Aplicado.

<https://doi.org/10.17979/redma.2014.01.013.4876>

Recibido: 1 Julio 2014

Aceptado 19 Noviembre 2014

RESUMEN

¹ Licenciada en Ciencias del Trabajo, Graduada Social Diplomada y Becaria FPU de Economía de la Empresa en la Universitat de les Illes Balears. Miembro del Grupo de Investigación en Dirección y Gestión de Empresas y Destinos Turísticos.

² Licenciado en Administración y Dirección de Empresas, Licenciado en Economía y Doctor en Economía de la Empresa por la Universitat de les Illes Balears. Miembro del Grupo de Investigación en Dirección y Gestión de Empresas y Destinos Turísticos.

³ Licenciado en Ciencias Económicas por la Universidad Nacional de Educación a Distancia, Master of Business Administration por la Middlesex University y Doctor en Economía por la Universitat de les Illes Balears. Profesor Titular de Comercialización e Investigación de Mercados en la Universitat de les Illes Balears e Investigador Principal del Grupo de Investigación en Dirección y Gestión de Empresas y Destinos Turísticos.

El turismo depende de las actitudes de los residentes, siendo fundamental el apoyo al desarrollo del sector. Los impactos del turismo son tradicionalmente de tres grupos: económicos, socioculturales y medioambientales. Este trabajo se centra en conocer la percepción que poseen los residentes en relación a diversos impactos culturales y a los cambios que puede haber generado el desarrollo turístico. La cultura puede definirse como las costumbres, y formas de pensar vinculadas a ellas, que caracterizan un grupo de personas o comunidad. En este caso la región estudiada es Ibiza, mediante un estudio descriptivo acompañado de un análisis longitudinal y una comparación con otros destinos (Mallorca y Menorca). Los resultados muestran que los residentes valoran positivamente los cambios culturales acaecidos. El turismo ha ayudado a la conservación de determinados elementos (patrimonio arquitectónico, histórico y cultural) pero no otros (actividades tradicionales como la agricultura, la ganadería y la artesanía), y ha permitido un intercambio cultural positivo entre residentes y turistas. Entre las posibles acciones correctoras hay que facilitar los intercambios culturales y la difusión de la cultura local, evitando la creación de una “pseudocultura”.

Palabras Clave: percepción, cultura, residentes.

ABSTRACT

PERCEPTION OF CULTURAL IMPACTS IN AN INSULAR COMMUNITY

Tourism depends on the attitudes of residents, and essential support for the development of the sector. The impacts of tourism are traditionally three groups: economic, socio-cultural and environmental. This work focuses on knowing the perception held by residents in relation to various cultural impacts and changes that may have generated tourism development. Culture can be defined as the customs, and ways of thinking associated with them, which characterize a group of people or community. In this case the region studied is Ibiza, through a descriptive study accompanied by a longitudinal analysis and a comparison with other destinations (Mallorca and Menorca). The results show that residents

positively valued cultural changes occurred. Tourism has helped the preservation of certain elements (architectural, historical and cultural heritage) but not others (traditional activities such as agriculture, livestock farming and crafts), and has allowed a positive cultural exchange between residents and tourists. Possible corrective actions must facilitate cultural exchange and dissemination of local culture, avoiding the creation of a "pseudo-culture".

Key Words: perception, culture, residents.

INTRODUCCIÓN

El turismo depende de la buena voluntad de los residentes, siendo fundamental el apoyo de la población local al desarrollo del sector (Gursoy, Jurowski & Uysal, 2002). Además, se encuentra ampliamente reconocido que los gestores deben tener en cuenta los puntos de vista de los residentes, si se desea la sostenibilidad del turismo (Allen, Long, Perdue & Kieselbach, 1988; Ap & Crompton, 1998). Por ello, a lo largo de las últimas décadas se han realizado estudios analizando las actitudes hacia el turismo (Akis, Peristianis & Warner, 1996; Allen, Hafer, Long & Perdue, 1993; Allen, Long, Perdue & Kieselbach, 1988; Andereck, Valentine, Knopf & Vogt, 2005; Ap, 1992; Belisle & Hoy, 1980; Besculides, Lee & McCormick, 2002; Canan & Hennessy, 1989; Choi & Murray, 2010; Choi & Sirakaya, 2005; Faulkner & Tideswell, 1997; Fredline & Faulkner, 2000; Gursoy & Kendall, 2006; Gursoy & Rutherford, 2004; Gursoy, Jurowski & Uysal, 2002; Haralambopoulos & Pizam, 1996; Hunt & Stronza, 2014; Jurowski & Gursoy, 2004; Jurowski, Uysal & Williams, 1997; Kim & Petrick, 2005; Lankford & Howard, 1994; Lankford, 1994; Látková & Vogt, 2012; Lepp, 2007; Lindberg & Johnson, 1997; Lindberg, Dellaert & Rassing, 1999; Liu & Var, 1986; Martin, McGuire & Allen, 1998; Mason & Cheyne, 2000; Sheldon & Var, 1984; Teye, Sirakaya & Sönmez, 2002; Um & Crompton, 1987; Vargas, Porras & Plaza, 2011; Wang & Pfister, 2008; Weaver & Lawton, 2001, 2013; Williams & Lawson, 2001; Woosnam, 2012; Yu, Chancellor & Cole, 2011; Zamani-Farahani & Musa, 2012). Este trabajo se centra en conocer la percepción que poseen los residentes de Ibiza en relación a diversos elementos culturales y a los cambios que puede haber generado el desarrollo turístico en ellos.

Es difícil definir qué se entiende por cultura. Para algunos, la cultura es una programación colectiva de la mente que diferencia los miembros de un grupo de los de otro grupo (Hofstede, 1989) y que influye en las actitudes y comportamientos de las personas. Otros autores la definen como un conocimiento colectivo desarrollado por un grupo de personas expuestas a

similar contexto (Geertz, 1973; Schatzki y Natter, 1996). Kroeber y Kluckhohn (1952) la definen como el conocimiento colectivo preocupado por la manera en que una sociedad o comunidad organiza el conocimiento y el comportamiento social. La cultura puede considerarse un conjunto de creencias, valores, costumbres y elementos materiales aprendidos que condicionan el comportamiento de los miembros de una sociedad (Bigné, Font, y Andreu, 2000). Lanquar (2001) define la cultura como las bases aceptadas de una sociedad para responder a los acontecimientos. Para la finalidad de este trabajo, la cultura puede definirse como las costumbres, y formas de pensar vinculadas a ellas, que caracterizan un grupo de personas o comunidad. Suele pensarse en la cultura como un elemento estático pero la realidad es que se trata de un elemento muy dinámico. Las valoraciones que hagan los residentes y los analistas sobre el impacto del turismo en la cultura local dependen en gran parte de si entienden la cultura como estática o dinámica.

Durante décadas se consideró que el turismo era un factor que propiciaba la destrucción de sociedades y culturas tradicionales. Sin embargo, hoy se reconoce que el turismo está siendo un factor esencial en el mantenimiento de culturas y sociedades tradicionales, al ofrecer una salida a su producción cultural y artesanal, que el mundo tecnificado no les permitía. Se han revitalizado bailes, tradiciones, objetos artesanales y otras numerosas manifestaciones culturales, a pesar de que su significado social y el propio uso de los productos sean diferentes de lo que fueron en el pasado (Lanquar, 2001).

El objetivo de este trabajo es analizar la percepción que poseen los residentes de diversos impactos del turismo sobre la cultura local. En este caso, la región estudiada es Ibiza, mediante un estudio descriptivo acompañado de un análisis longitudinal (años 2002 y 2011) y una comparación con otros destinos (Mallorca y Menorca). Ibiza es una isla del mediterráneo occidental de 572 kilómetros cuadrados de superficie y más de 137.000 habitantes, caracterizada por su fuerte dependencia económica del turismo. Cada año recibe entre 1,700.000 y 2,000.000 turistas, mayoritariamente concentrados en los meses

de junio a septiembre. El turismo predominante en la isla es el de sol y playa, completado con una importante oferta de ocio nocturno con establecimientos de prestigio mundial.

REVISIÓN DE LA LITERATURA

Tradicionalmente los recursos culturales se han usado como una forma de aumentar la estabilidad económica de una región (Johnson, 1986) gracias al turismo cultural, que tiene como finalidad el conocimiento de culturas distintas a la propia (Vander Stoep, 1996). Este tipo de turismo está en auge porque se considera un elemento de respeto por las diferencias culturales y, de forma indirecta, por el medio ambiente, estando ambos valores de actualidad en la sociedad occidental. En muchos casos, el interés por experimentar otras culturas se relaciona con personas con niveles culturales superiores, abiertos a los cambios y a las diferencias culturales, y con un cierto halo de heroísmo. La cultura es un recurso que permite atraer turismo pero, por otra parte, el turismo causa cambios en la cultura local. Estos cambios son vistos como positivos o negativos dependiendo de la visión personal que posea cada individuo de la cultura y la sociedad local. Muchos residentes poseen una visión romántica de su comunidad y entorno (Newby, 1979), y si perciben su identidad amenazada por el turismo pueden desarrollar actitudes ambiguas u hostiles hacia el sector (Capenerhurst, 1994), a causa de una visión estática de su cultura. Todo ello hace que sea muy necesario tener en cuenta el factor “cultura” en los estudios de las actitudes de los residentes y su visión dinámica o estática:

Hipótesis 1: Los residentes consideran la cultura como un elemento dinámico y cambiante.

La autenticidad es un elemento muy importante en el turismo (Reisinger y Steiner, 2006; Steiner y Reisinger, 2006), principalmente en el turismo cultural, pero realmente los visitantes no se toman en serio la población residente y su

cultura (Anaya, 1989). Los primeros debates sobre la autenticidad en el turismo se remontan a los años sesenta, cuando las primeras destinaciones de turismo de masas empezaron a surgir (Sedmak y Milhalic, 2008). Cuando los turistas visitan una determinada área para experimentar una cultura, los residentes la muestran de forma activa como método para atraer a los turistas. Esto lleva en muchos casos a formas de tradiciones culturales no auténticas, como son festivales o muestras de danza enfocadas totalmente al visitante (Besculides, Lee, y McCormick, 2002). Es difícil definir un criterio para decir que es auténtico y que no (Sedmak y Milhalic, 2008). Selwyn (1996) habla de dos tipos de autenticidad: “hot” y “cool”. La segunda es usualmente relacionada con la presentación del patrimonio cultural y natural como una atracción turística (Kerstetter, Confer, y Graefe, 2001). Es decir, tendríamos los elementos de toda la vida y fuertemente vinculados a la sociedad local (autenticidad “hot”) y la adaptación de estos elementos como atractivo turístico (autenticidad “cool”). Se han descrito ejemplos de autenticidad “cool” en Bali (Francillon, 1975), Hawái (Heenan, 1978), los Amish de Pensilvania (Buck y Alleman, 1979) y los Tao de Nuevo México (Rodríguez, 1994).

La distancia cultural o psicológica entre residentes y turistas puede tener un efecto significativo en la percepción y actitudes de los residentes hacia el turismo (Williams y Lawson, 2001), ya que no es lo mismo un destino frecuentado por turistas de la misma región o país, por turistas procedentes de países culturalmente similares a la región de destino o por turistas con enormes diferencias culturales. Cuando la distancia cultural es muy grande, se produce la desaparición y sustitución de la cultura local por un conjunto de valores importados por los turistas y mal interpretados por los residentes, generando la aculturación y asimilación de la población local (Besculides, Lee, y McCormick, 2002). Uno de los indicadores de este efecto es la pérdida de la lengua nativa (Coppock, 1977; Cybriwsky, 1970; White, 1974).

Entre los beneficios socioculturales del turismo cabe mencionar la preservación de los lugares culturales, históricos y religiosos (Besculides, Lee, y McCormick, 2002), el aprendizaje de los visitantes (Sardá y Fluvià, 1999), el aumento de la

conciencia, aprecio, lazos familiares y orgullo de pertenecer a la comunidad (Liu y Var, 1986), la reafirmación de la identidad étnica, mayor comprensión y tolerancia de los otros (Liu y Var, 1986; Milman y Pizam, 1988; Pizam, 1978), una fuerte identidad cultural (Driver, Brown, y Peterson, 1991), compartir ideas, interacciones sociales, intercambio cultural (Belisle y Hoy, 1980; Liu y Var, 1986), la revitalización de las tradiciones locales (Liu y Var, 1986), un aumento de la calidad de vida (Milman y Pizam, 1988; Pizam, 1978) y una mejora de la imagen de la comunidad (Burr, 1996; Clements, Schultz, y Lime, 1993; Liu y Var, 1986; Milman y Pizam, 1988; Pizam, 1978; Weikert y Kertstetter, 1996). Estos beneficios afectan a turistas y residentes (Besculides, Lee, y McCormick, 2002) ya que se trata de un intercambio cultural entre dos grupos sociales que permite aumentar el entendimiento entre ambos (Gómez, San Martín, y Bertiche, 1999; Mathieson y Wall, 1984). Por ejemplo, los residentes conocen el mundo exterior sin abandonar sus casas y los turistas aprenden de una cultura distinta a la suya (Besculides, Lee, y McCormick, 2002). El intercambio cultural generado por el turismo suele ser valorado más positivamente por los residentes con un nivel educativo más elevado (Teye, Sirakaya, y Sönmez, 2002). Los residentes obtienen sus beneficios a través de dos vías (Besculides, Lee, y McCormick, 2002):

- Primero, el turismo expone los residentes a otras culturas. En este caso, los turistas muestran a los residentes otras culturas y costumbres, se produce un intercambio de ideas y como efecto se consigue una mayor tolerancia y entendimiento entre las distintas culturas.
- Segundo, la acción de mostrar su cultura a los extranjeros refuerza la identidad comunitaria (Esman, 1984). Al presentar la cultura ante los visitantes se dan a conocer los elementos culturales propios, consiguiendo reafirmar su identidad cultural, revitalizar las tradiciones e incrementar el orgullo de pertenencia.

Se pueden plantear diversas hipótesis de análisis relacionadas con los potenciales beneficios del turismo en la cultura local:

Hipótesis 2: *Los residentes valoran positivamente los efectos del turismo en la preservación de los lugares culturales, históricos y religiosos.*

Hipótesis 3: *Los residentes valoran positivamente el contacto con los turistas.*

Hipótesis 4: *El turismo aumenta el orgullo de pertenecer a la comunidad.*

Hipótesis 5: *A mayor nivel educativo mayor grado de percepción de los costes culturales del turismo.*

Los residentes ven al turismo como una forma de compartir y preservar su cultura (Besculides, Lee, y McCormick, 2002), pero también pueden aparecer efectos negativos sobre el carácter y las tradiciones de las comunidades locales (Johnson, Snepenger, y Akis, 1994), principalmente en las de menor tamaño. Estos efectos negativos son: sobredesarrollo turístico, asimilación cultural, conflictos culturales y xenofobia, y una reconstrucción artificial de la cultura de la región. Mostrar la cultura local a los turistas puede ayudar a preservarla, pero también puede diluirla, transformarla o destruirla (Besculides, Lee, y McCormick, 2002). Estos cambios son visibles en diversos estudios realizados, como es el caso de los Amish de Pensilvania (Boyton, 1986; Buck y Alleman, 1979) o los nativos del suroeste de los Estados Unidos (Deitch, 1977), en donde se destina al turismo productos muy distintos de los realmente tradicionales.

El turismo tiene la capacidad de causar un cambio cultural que queda disimulado por una “pseudocultura”. El beneficio económico induce a los habitantes a potenciar las tradiciones que conservan y a recuperar tradiciones abandonadas, cuando su motivo de ser desapareció. El resultado es un resurgimiento de las “tradiciones” con mayor fuerza de la que tenían antes de iniciarse la actividad turística, pero en muchos casos es una recreación no ajustada a la realidad de las antiguas tradiciones locales (Maurer, 1997; Medina, 2003) y que podemos denominar “pseudocultura”.

METODOLOGÍA

Para el análisis han sido usadas dos muestras tomadas en dos momentos distintos de tiempo (2002 y 2011) y realizadas mediante un procedimiento de muestreo aleatorio y entrevista personal. La primera encuesta abarca el conjunto de Baleares, con desglose por islas, y su administración se produjo en 2002, con 1.873 entrevistas. La segunda encuesta es de aplicación exclusiva en Ibiza y en su diseño se tuvo en cuenta que fuera comparable con los datos obtenidos en 2002. Esta encuesta está compuesta por 418 entrevistas realizadas en 2011. Para conseguir el mayor nivel de representatividad posible de la muestra obtenida, se controlaron los parámetros demográficos de los cuestionarios recogidos con la finalidad de corregir posibles sesgos en la composición de la muestra.

Al comparar entre los dos momentos en que se realiza el estudio podemos ver que existe una crisis de efectos mundiales, pero en el turismo de Baleares se observa un cierto estancamiento o declive desde 2002. Desde 2002 hasta la actualidad, el sector turístico no ha vivido variaciones de gran relevancia, pero otros sectores han sufrido fuertes descensos desde 2008. En cuanto al ciclo de vida del destino, ambas encuestas se producen dentro de lo que parece ser la fase de estancamiento del destino, una al principio y otra a los diez años de su inicio. Las diferencias generacionales no se espera que sean importantes. Por tanto, la principal diferencia entre las dos encuestas es que en 2011 se esperan efectos derivados del pesimismo que arrastra la población tras varios años de crisis económica general.

Ambos cuestionarios estaban compuestos por listados de ítems referentes a impactos y actitudes de los residentes, entre ellos, los aquí analizados. Ítems en los cuales se utilizan escalas Likert de 5 puntos, donde 1 es “Muy Inaceptable” y 5 es “Muy Aceptable”, recomendadas por Maddox (1985), pero con el añadido de una sexta opción de “No sabe / No contesta” (Weaver y Lawton, 2001). Además de una parte final con preguntas demográficas.

El análisis usado es de tipo descriptivo y dispone de bastantes precedentes en la literatura (Besculides, Lee, y McCormick, 2002; Haralambopoulos y Pizam, 1996; Hernández, Cohen, y García, 1996; Lawson, Williams, Young, y Cossens, 1998; Liu y Var, 1986; Mason y Cheyne, 2000; Sirakaya, 1997; Teye, Sirakaya, y Sönmez, 2002; Uysal, Jurovski, Noe, y McDonald, 1994; Wall, 1996). El estudio descriptivo es completado con un análisis longitudinal, comparando los datos de 2002 y 2011 para el caso de Ibiza, y una comparación con otros destinos, concretamente con Mallorca y Menorca. Todo ello ha sido realizado mediante el uso del programa estadístico DYANE 4.0 (Santesmases, 2009).

RESULTADOS

Cabe mencionar que la preocupación por las alteraciones que el turismo causa o puede causar en la cultura local, el entorno natural o el patrimonio histórico son tema habitual en la opinión pública desde los inicios del sector, tanto en Ibiza como en muchos otros destinos turísticos. En este caso, se ha estudiado la percepción que poseían los residentes de Ibiza en dos momentos distintos del siglo XXI, años 2002 y 2011, mediante dos muestras, cuyos perfiles demográficos aparecen en la Tabla 1.

Tabla 1: Perfil de las muestras usadas para el estudio.

	Total		2002		2011	
	Frec.	%	Frec.	%	Frec.	%
Sexo						
Hombre	242	37,64	91	40,27	151	36,21
Mujer	401	62,36	135	59,73	266	63,79
TOTAL	643	100,00	226	100,00	417	100,00
Edad						
Menor de 30 años	160	25,93	59	26,11	101	25,83
Entre 30 y 45 años	241	39,06	78	34,51	163	41,69
Entre 46 y 60 años	169	27,39	60	26,55	109	27,88
Mayor de 60 años	47	7,62	29	12,83	18	4,6

	TOTAL	617	100,00	226	100	391	100,00
Nivel de estudios							
Sin Estudios	15	2,35	15	6,73	0	0	
Estudios Primarios	171	26,8	79	35,43	92	22,17	
Estudios Secundarios	256	40,13	81	36,32	175	42,17	
Estudios Universitarios	196	30,72	48	21,52	148	35,66	
TOTAL	638	100,00	223	100,00	415	100,00	
Tiempo de residencia							
Toda la vida	408	63,55	141	62,67	267	64,03	
Más de 20 años	115	17,91	51	22,67	64	15,35	
Más de 10 años	45	7,01	16	7,11	29	6,95	
Más de 5 años	30	4,67	4	1,78	26	6,24	
De 0 a 5 años	41	6,39	12	5,33	29	6,95	
Trabajo de temporada	3	0,47	1	0,44	2	0,48	
TOTAL	642	100,00	225	100,00	417	100,00	
Municipio de residencia							
Eivissa.	238	36,96	97	42,92	141	33,73	
Sant Antoni	119	18,48	39	17,26	80	19,14	
Sant Joan	18	2,8	1	0,44	17	4,07	
Sant Josep	94	14,6	21	9,29	73	17,46	
Santa Eulària	175	27,17	68	30,09	107	25,6	
TOTAL	644	100,00	226	100,00	418	100,00	

Fuente: Elaboración propia.

Del análisis descriptivo de las muestras de 2002 y 2011, para el caso de Ibiza, y en referencia a los impactos sociales y culturales, se extraen diversos resultados (Tabla 2):

- El 69% de los encuestados, tanto en el 2002 como en el 2011, considera que el turismo ha generado un intercambio cultural positivo entre residentes y turistas (con un 3,80 y un 3,73 de media en el ítem), no pudiendo rechazar la Hipótesis 3. Destacan este intercambio cultural las personas cuyos ingresos dependen del sector turístico. El intercambio cultural positivo se ve matizado por el bajo porcentaje de residentes que consideran que el trato dispensado por los turistas hacia los residentes es respetuoso y amable (con un 3,10 de media en el ítem). Los jóvenes, los residentes en Ibiza

capital y los que no trabajan con turistas o no dependen económicamente del sector son los más críticos con el trato recibido por los turistas. Además, es débil el rechazo a la existencia de un conflicto cultural entre turistas y residentes. Las personas que no dependen económicamente del turismo y los menores de 25 años consideran de forma mayoritaria que si hay conflicto. Es decir, los residentes consideran que se aprende del contacto con los turistas aunque la relación entre turistas y residentes es mejorable.

- En cuanto a la conservación del patrimonio y acervo cultural, los encuestados consideran que el turismo ha ayudado a la conservación del patrimonio histórico y cultural pero no a mantener las actividades tradicionales. Más del 50% de la muestra considera que el turismo ha ayudado a conservar el patrimonio cultural, pero un poco más del 30% opina lo contrario. Por tanto, no puede rechazarse la hipótesis 2. Los más jóvenes, las mujeres, las personas con mayor nivel de estudios y los que no se sienten ibicencos son los más críticos. Puede considerarse que el turismo ha ayudado a la conservación de determinados elementos culturales (patrimonio) y no ha contribuido a la conservación de otros (actividades), más por pasiva que por activa.
- Ante preguntas genéricas referentes al impacto del turismo en la cultura, se observa que entre 2002 y 2011 hay una mejora en la percepción: la percepción de que el turismo causa una pérdida de las costumbres y la identidad local pasó del 3,19 en 2002 al 2,77 en 2011; en el estudio de Aguiló, Barros, García y Rosselló (2004) se preguntó si el turismo generaba un cambio importante de la cultura local, y hubo un mayor acuerdo entre los ibicencos (3,96 de media en 2002) que en la encuesta de 2011 (3,35 de media en 2011), y la percepción de que el turismo genera conflictos entre turistas y residentes pasó del 3,12 en 2002 al 2,88 en 2011.

Tabla 2: Percepción de los impactos culturales.

	Año	Desacuerdo	Sin postura clara	Acuerdo	Media	Diferencia
El turismo ha generado un intercambio cultural positivo entre residentes y turistas.	2002	12,39%	18,58%	69,03%	3,801	-0,07
	2011	13,64%	16,99%	69,38%	3,730	
El trato que dispensan los turistas a la población local es respetuoso y amable.	2011	34,21%	23,68%	42,11%	3,096	...
El turismo ha ayudado a conservar nuestro patrimonio arquitectónico, histórico y cultural.	2002	30,97%	15,93%	53,10%	3,367	-0,10
	2011	31,34%	17,22%	51,44%	3,268	
El turismo ha ayudado a mantener actividades tradicionales como la agricultura, la ganadería y la artesanía.	2011	55,26%	21,77%	22,97%	2,574	...
El turismo es la causa de la pérdida de nuestras costumbres y de nuestra identidad.	2002	38,50%	19,47%	42,04%	3,186	-0,42*
	2011	52,63%	17,70%	29,67%	2,770	
El turismo genera un cambio importante de la cultura local.	2011	28,95%	16,03%	55,02%	3,354	...
El turismo ha provocado una inmigración masiva y esto ha producido un conflicto cultural entre inmigrantes y residentes.	2002	26,99%	12,83%	60,18%	3,615	-0,30*
	2011	32,54%	16,51%	50,96%	3,316	
El turismo ha generado conflictos culturales entre turistas y residentes.	2002	38,94%	23,01%	38,05%	3,115	-0,24*
	2011	45,93%	23,21%	30,86%	2,876	
Estoy orgulloso de que tantos turistas quieran visitar y conocer Ibiza.	2002	10,62%	19,47%	69,91%	3,934	0,24*
	2011	5,74%	13,64%	80,62%	4,177	
La cultura local es un elemento dinámico que evoluciona con el paso del tiempo.	2011	16,51%	21,77%	61,72%	3,612	...

*Significativo al 0,01

Fuente: Elaboración propia.

- Consideran que el turismo ha provocado una inmigración masiva y un conflicto cultural entre inmigrantes y residentes, pero se ha atenuado esta postura desde 2002, a pesar de que la población nacida en la isla ha pasado de representar el 48,4% en 2002 al 40,5% en 2010 (según datos de Ibestat). Los más críticos son los jóvenes y las personas criadas en la isla. Posibles explicaciones de esta moderación en la opinión serían la crisis

económica y su efecto moderador en las preocupaciones no económicas, y los años de convivencia entre personas de la isla y de fuera.

- En 2002, el 69,9% de los residentes estaban orgullosos de que tantas personas quisieran visitar Ibiza. En 2011, el 80,6% (con un 4,18 de media en el ítem) de los residentes se sentían orgullosos de que los turistas quisieran visitar y conocer Ibiza, con lo que parece que el orgullo de pertenecer a la comunidad aumenta con el paso del tiempo y no se puede rechazar la Hipótesis 4. Esta mejora puede deberse a dos elementos: la crisis que se vive en 2011, y la mejora en la imagen y popularidad que ha vivido la isla en los primeros años del siglo XXI. Cabe mencionar que las personas que se sienten más orgullosas son las que trabajan o dependen económicamente del turismo, los que llevan más años en la isla, los que se sienten ibicencos y los que tienen menos estudios.

Unos conocimientos mínimos de historia y cierto grado de análisis llevan ineludiblemente a considerar la cultura como un elemento dinámico que evoluciona con el paso del tiempo. Pero en muchos casos se utiliza una visión de la cultura local estática y definida como un conjunto de elementos y costumbres considerados tradicionales, aunque en muchos casos son una estandarización y oficialización de la cultura local. Conocer la existencia de grupos de residentes con un concepto estático de la cultura puede resultar de gran utilidad, puesto que su respuesta ante cambios sociales y culturales generados por el turismo será distinta al resto. En 2011, el 61,7% considera la cultura un elemento dinámico y el 16,5% están en desacuerdo con la afirmación, considerando la cultura un elemento estático. Además, el 21,8% de la muestra no tenía una postura clara, indicando una posible visión estática. Que el 61,7% considere que la cultura es un elemento dinámico y cambiante nos indica que no se puede rechazar la Hipótesis 1, pero cabe mencionar que el 16,5% no está de acuerdo con esta afirmación y es necesario tener en cuenta este elemento en la gestión del destino turístico.

Tabla 3: Tabulación de valores medios para la muestra de 2011.

	Nivel de Estudios				F de Snedecor
	Total n = 415	Primarios n = 92	Secundarios n = 175	Universitarios n = 148	
El turismo ha generado un intercambio cultural positivo entre residentes y turistas.	3,7277	3,7391	3,6286	3,8378	F(2,412) = 1,841 p = 0,160
El trato que dispensan los turistas a la población local es respetuoso y amable.	3,0988	3,2500	3,1429	2,9527	F(2,412) = 2,407 p = 0,091
El turismo ha ayudado a conservar nuestro patrimonio arquitectónico, histórico y cultural.	3,2675	3,2717	3,3200	3,2027	F(2,412) = 0,439 p = 0,645
El turismo ha ayudado a mantener actividades tradicionales como la agricultura, la ganadería y la artesanía.	2,5759	2,6957	2,6686	2,3919	F(2,412) = 3,324 p = 0,037
El turismo es la causa de la pérdida de nuestras costumbres y de nuestra identidad.	2,7711	2,8043	2,8114	2,7027	F(2,412) = 0,367 p = 0,693
El turismo genera un cambio importante de la cultura local.	3,359	3,3152	3,2514	3,5135	F(2,412) = 2,402 p = 0,092
El turismo ha provocado una inmigración masiva y esto ha producido un conflicto cultural entre inmigrantes y residentes.	3,3157	3,3478	3,3200	3,2905	F(2,412) = 0,069 p = 0,933
El turismo ha generado conflictos socioculturales entre turistas y residentes.	2,8795	2,7391	2,8171	3,0405	F(2,412) = 2,731 p = 0,066
Estoy orgulloso de que tantos turistas quieran visitar y conocer Ibiza.	4,1759	4,1304	4,2400	4,1284	F(2,412) = 0,718 p = 0,489
La cultura local es un elemento dinámico que evoluciona con el paso del tiempo.	3,6072	3,6739	3,4914	3,7027	F(2,412) = 2,048 p = 0,130

Fuente: Elaboración propia.

Finalmente, indicar que no existe una relación significativa entre el nivel educativo del individuo y el grado de percepción en seis de los diez impactos analizados (Tabla 3). En los cuatro restantes el nivel de significación es

78

bastante bajo pero las medias siguen la tendencia esperable, siendo las personas con estudios universitarios los más críticos. Con los datos disponibles no es posible aceptar la Hipótesis 5, aunque tampoco rechazarla con contundencia.

Tabla 4: Comparativa entre islas (2002).

	Total n = 1.873	Isla			F de Snedecor
		Ibiza n = 226	Mallorca n = 1.511	Menorca n = 136	
El turismo ha generado un intercambio cultural positivo entre residentes y turistas.	3,2301	3,8009	3,1403	3,2794	F(2,1870) = 38,581 p = 0,000
El turismo ha ayudado a conservar nuestro patrimonio arquitectónico, histórico y cultural.	3,0822	3,3673	3,0304	3,1838	F(2,1870) = 9,526 p = 0,000
El turismo es la causa de la pérdida de nuestras costumbres y de nuestra identidad.	3,0080	3,1858	2,9768	3,0588	F(2,1870) = 3,225 p = 0,040
El turismo ha provocado una inmigración masiva y esto ha producido un conflicto cultural entre inmigrantes y residentes.	3,4736	3,6150	3,4931	3,0221	F(2,1870) = 12,981 p = 0,000
El turismo ha generado conflictos culturales entre turistas y residentes.	3,0368	3,1150	3,0682	2,5588	F(2,1870) = 15,180 p = 0,000
Estoy orgulloso de que tantos turistas quieran visitar y conocer la Isla.	3,6850	3,9336	3,6545	3,6103	F(2,1870) = 7,947 p = 0,000

Fuente: Elaboración propia.

Al comparar Mallorca, Menorca e Ibiza, mediante los datos de la muestra de 2002 (Tabla 4), se observa que:

- Los residentes de Ibiza son los que valoran más positivamente los intercambios culturales entre turistas y residentes, con gran diferencia respecto a Menorca y Mallorca. Tradicionalmente se ha considerado a Ibiza

como un destino de libertad e intercambio cultural, impregnando a población nativa, inmigrantes y turistas con esta filosofía.

- Los ibicencos son los que consideran de forma más significativa que el turismo ha ayudado a conservar el patrimonio histórico, pero son los únicos que muestran una opinión partidaria de considerar que el turismo ha causado la pérdida de las costumbres e identidad local. Mientras en las otras islas hay sectores económicos y zonas que han sobrevivido a la llegada del turismo, en Ibiza resultan anecdóticos los sectores económicos y las zonas que han permanecido al margen del turismo. Por el contrario, la comercialización de la cultura y el patrimonio que implica el turismo ha resultado más fuerte en Ibiza por el mero hecho de que el sector turístico es más hegemónico.
- Los ibicencos son los más partidarios de considerar que el turismo ha generado conflictos, tanto entre turistas y residentes como entre inmigrantes y residentes. La gran densidad turística y la importante inmigración que ha generado, todo ello en un espacio geográfico relativamente pequeño explicaría estos mayores valores.
- Los residentes de Ibiza son los que se sienten más orgullosos de que los turistas quieran visitar la isla. En los últimos años, la imagen de Ibiza ha alcanzado gran relevancia internacional en comparación con Mallorca y Menorca, ayudando a potenciar este orgullo.

Se observa que la isla con mayor presencia y dependencia del turismo muestra mayores grados de acuerdo con las afirmaciones, tanto con las referentes a impactos positivos como las referentes a impactos negativos. Menorca y Mallorca muestran valores más bajos que Ibiza, posiblemente por el hecho de que Menorca es la isla con menos presencia turística y muchas zonas de Mallorca se encuentran suficientemente alejadas de los grandes núcleos turísticos como para considerar que no se han producido cambios culturales importantes debidos al turismo.

CONCLUSIONES

La cultura es un recurso que permite atraer turismo, si bien, por otra parte, el turismo causa cambios en la cultura local. Estos cambios son vistos como positivos o negativos dependiendo de la visión personal que posea cada individuo de la cultura y la sociedad local. En el caso de Ibiza, el 62% considera que la cultura es un elemento dinámico, el 17% un elemento estático y el resto no lo tiene claro. El 69% de los encuestados considera que el turismo ha generado un intercambio cultural positivo entre residentes y turistas, y consideran que se aprende del contacto con los turistas. Los residentes se sentían más orgullosos de que los turistas quisieran visitar la isla en 2011 (81%) que en 2002 (70%).

En cuanto a la conservación del patrimonio cultural, los encuestados consideran que el turismo ha ayudado a la conservación del patrimonio histórico y cultural, pero no a mantener las actividades tradicionales. Consideran que el turismo ha provocado una inmigración masiva y un conflicto cultural entre inmigrantes y residentes, si bien se ha atenuado esta postura desde el 2002 a pesar de que la población nacida fuera de la isla haya pasado del 53% en 2002 al 60% en 2011.

En general, consideran que el turismo ha ayudado a la conservación de determinados elementos culturales y no ha contribuido a la conservación de otros. Además ha permitido un intercambio cultural positivo entre residentes y turistas. Los residentes valoran positivamente los cambios culturales acaecidos en la isla, visión compartida por la mayor parte de la literatura académica. Pero la valoración no es muy elevada indicando que perciben la existencia de elementos negativos en estos cambios, probablemente similares a los detectados por algunos autores (Johnson, Snepenger, y Akis, 1994) y vinculados a una cierta percepción estática de la cultura.

La cultura y su evolución es uno de los elementos más relevantes dentro de los factores no económicos que determinan las actitudes de los residentes hacia el turismo, por tanto es necesario tener en cuenta este factor a la hora de la

planificación y gestión del destino turístico. Entre las acciones que pueden resultar de interés para maximizar los efectos culturales positivos del turismo sobre las actitudes de los residentes encontramos:

- Facilitar los intercambios culturales y la difusión de la cultura local tiene efectos positivos, salvo que las diferencias culturales entre turistas y residentes sean tan grandes que generen enfrentamientos. Por una parte, los intercambios culturales permiten que los residentes conozcan otras culturas, aportando los mismos beneficios que genera el turismo cultural sin necesidad de abandonar el lugar de residencia. Por otra parte, la difusión de la cultura local gracias a los turistas enorgullece a los residentes y aumenta el aprecio de la población local por la propia cultura. No son una cultura marginal o atrasada, sino una cultura admirada.
- Es necesario evitar un peligro que viaja de la mano de la difusión de la cultura local, la “pseudocultura”. Cuando la cultura local se convierte en un atractivo turístico existe el riesgo de que se exagere, se teatralice o se modifique con la finalidad de aumentar la espectacularidad de las “tradiciones” y de esta forma aumentar el atractivo turístico del destino turístico. A veces se descontextualizan las representaciones tradicionales, pasando de ser representadas en templos y lugares tradicionales como parte de creencias ancestrales a ser representadas en hoteles y cruceros turísticos como parte de las actividades de ocio y entretenimiento. En este caso, las representaciones pueden considerarse “muertas” ya que han perdido su sentido tradicional. En otros casos, se exagera la ostentación de las representaciones, pero no se extraen de su entorno tradicional. Estos cambios hacia tradiciones más ostentosas, si no son muy excesivos, pueden considerarse una evolución natural de la cultura local. En algunos casos, ante la falta de suficientes tradiciones como para competir como destino turístico se recurre a “resucitar” tradiciones o costumbres ya abandonadas por la población nativa, usando como fuente trabajos arqueológicos e historiográficos. Cuando se intentan recuperar tradiciones antiguas, que ya no tienen ningún arraigo social nos encontramos

ante teatro amparado en estudios históricos, los cuales pueden contener errores. Los gestores del destino deben controlar la evolución que vive la cultura para que no se encuentre desligada de la sociedad tradicional, pero sea accesible y atractiva para los turistas. Esto no quiere decir que se deban impedir los cambios, ya que la cultura y la sociedad que la sostiene no son pétreas sino dinámicas, pero los cambios deben ser iniciados por la sociedad residente y no por los gestores o los animadores turísticos.

- Si tenemos en cuenta diversos estudios realizados (Goffman, 1961; Gómez, San Martín, y Bertiche, 1999; Jacobsen, 2000; McCannell, 1973; Urbain, 1991), vemos que los turistas que visitan el destino en grupo tienen menos contacto con la población y la cultura local que los que viajan por libre. Estos últimos buscan salir de las rutas más frecuentadas por los turistas debido a las actitudes “antiturísticas” que poseen (Bruckner y Finkelkraut, 1979; Jacobsen, 2000; Márquez, 1984; Plog, 1974). Las actitudes “antiturísticas” suelen implicar un mayor interés por la cultura, aunque en la práctica no sea muy elevado (Jacobsen, 2000), y este mayor interés facilita los intercambios culturales y la difusión de la cultura local. Por tanto, los gestores deben potenciar en todo lo posible el turismo que viaja por libre para aumentar los contactos culturales, además de conseguir que un mayor porcentaje de lo pagado por el turista revierta en los agentes locales, aumentando los beneficios económicos que reciben los residentes. Esto no quiere decir que no existan los viajes en grupo en el destino, pero el porcentaje de turismo llegado sin paquete turístico debe ser el mayor posible.

BIBLIOGRAFÍA

Aguiló, E., Barros, V., García, M. A. & Rosselló, J. (2004). *Las actitudes de los residentes en Baleares frente al turismo*. Turisme i Investigació nº 7. Palma de Mallorca: Universitat de les Illes Balears.

- Akis, S., Peristianis, N. Warner, J. (1996). Residents' attitudes to tourism development: the case of Cyprus. *Tourism Management*, 17(7), pp. 481-494.
- Allen, L. R., Hafer, H. R., Long, P. T. & Perdue, R. R. (1993). Rural residents' attitudes toward recreation and tourism development. *Journal of Travel Research*, 32(4), pp. 27-33.
- Allen, L. R., Long, P. T., Perdue, R. R. & Kieselbach, S. (1988). The impact of tourism development on residents' perceptions of community life. *Journal of Travel Research*, 27(1), pp. 16-21.
- Anaya, R. (1989). Aztlàn: a homeland without boundaries. En Anaya, R. & Lometí, F. (edi.). *Aztlàn: Essays on the Chicano Homeland*. Albuquerque: El Norte Publications, pp. 230-241.
- Andereck, K. L., Valentine, K. M., Knopf, R. C. & Vogt, C. A. (2005). Residents' perceptions of community tourism impacts. *Annals of Tourism Research*, 32(4), pp. 1056-1076.
- Ap, J. (1992). Residents' perceptions on tourism impacts . *Annals of Tourism Research*, 19(4), pp. 665-690.
- Ap, J. & Crompton, J. L. (1998). Developing and testing a tourism impact scale. *Journal of Travel Research*, 37(2), pp. 120-130.
- Belisle, F. J. & Hoy, D. R. (1980). The perceived impact of tourism by residents: A case study in Santa María, Colombia. *Annals of Tourism Research*, 7(1), pp. 83-101.
- Besculides, A., Lee, M. & McCormick, P. (2002). Resident's perceptions of the cultural benefits of tourism. *Annals of Tourism Research*, 29(2), pp. 303-319.
- Bigné, J. E., Font, X. & Andreu, L. (2000). *Marketing de destinos turísticos. Análisis y estrategias de desarrollo*. Madrid: Editorial ESIC.
- Boyton, L. (1986). The effect of tourism on Amish Quilting Design. *Annals of Tourism Research*, 13(3), pp. 451-465.

- Bruckner, P. & Finkelkraut, A. (1979). *Au Coin de la Rue. L'aventure*. Paris: Éditions du Seuil.
- Buck, R. & Alleman, T. (1979). Tourism enterprise concentration in old order Amish survival: explorations in productive existence. *Journal of Travel Research*, 13(1), pp. 15-20.
- Burr, S. (1996). The rural action class' perception of rural tourism in relation to their sense of place: an exploratory study. *1995 Northeastern Recreation Research Symposium*. USFS Gen. Tech. Rept. SE-218. Radnor PA: USFS.
- Canan, P. & Hennessy, M. (1989). The growth machine, tourism and the selling of culture. *Sociological Perspectives*, 32(2), pp. 227-243.
- Capenerhurst, J. (1994). Community tourism. En Haywood, L. *Community Leisure and Recreation*. Oxford: Butterworth Heinemann, pp. 144-171.
- Choi, H. C. & Murray, I. (2010). Resident attitudes toward sustainable community tourism. *Journal of Sustainable Tourism*, 18(4), pp. 575-594.
- Choi, H. C. & Sirakaya, E. (2005). Measuring residents' attitude toward sustainable tourism: Development of sustainable tourism attitude scale. *Journal of Travel Research*, 43(4), pp. 380-394.
- Clements, C., Schultz, J. & Lime, D. (1993). Recreation, tourism, and the local residents: partnership or coexistence? *Journal of Parks and Recreation Administration*, 11, pp. 78-91.
- Coppock, J. (1977). *Second Homes: Curse or Blessing?* Oxford: Pergamon.
- Cybrivsky, R. (1970). Patterns of mother tongue retention in several selected ethnic groups in Western Canada. *Papers in Geography* 5. University Park PA: Department of Geography, Pennsylvania State University.
- Deitch, L. (1977). The impact of tourism upon the arts and crafts of the Indians of the Southwestern United States. En Smith, V. (edi.). *Hosts and Guests: The Anthropology of Tourism*. Oxford: Blackwell, pp. 173-184.

- Driver, B., Brown, P. & Peterson, G. (1991). *Benefits of Leisure*. State College PA: Venture Publishing.
- Esman, M. (1984). Tourism as ethnic preservation: the Cajuns of Louisiana. *Annals of Tourism Research*, 11(3), pp. 451-467.
- Faulkner, B. & Tideswell, C. A. (1997). Framework for monitoring community impacts of tourism. *Journal of Sustainable Tourism*, 5(1), pp. 3-28.
- Francillon, G. (1975). Tourism in Bali: its economic and socio-cultural impact - Three points of view. *International Social Science Journal*, 27, pp. 723-752.
- Fredline, E. & Faulkner, B. (2000). Host community reactions: A cluster analysis. *Annals of Tourism Research*, 27(3), pp. 763-784.
- Geertz, C. (1973). *The Interpretation of Culture: Selected Essays*. New York: Basic Books.
- Goffman, E. (1961). *Encounters: Two Studies in the Sociology of Interaction*. Indianapolis: Bobbs-Merrill.
- Gómez, L., San Martín, J. & Bertiche, C. (1999). A model of tourism experience and attitude change. *Annals of Tourism Research*, 26(4), pp. 1024-1027.
- Gursoy, D. & Kendall, K. W. (2006). Hosting mega events: modeling locals' support. *Annals of Tourism Research*, 33(3), pp. 603-623.
- Gursoy, D. & Rutherford, D. (2004). Host attitudes toward tourism: An Improved Structural Model. *Annals of Tourism Research*, 31(3), pp. 495-516.
- Gursoy, D., Jurowski, C. & Uysal, M. (2002). Resident attitudes: a structural Modeling Approach. *Annals of Tourism Research*, 29(1), pp. 79-105.
- Haralambopoulos, N. & Pizam, A. (1996). Perceived impacts of tourism: the case of Samos. *Annals of Tourism Research*, 23(3), pp. 503-526.
- Heenan, D. (1978). Tourism and the community: a drama in three acts. *Journal of Travel Research*, 16(4), pp. 30-32.

- Hernández, S. A., Cohen, J. & García, H. L. (1996). Residents' attitudes towards an instant resort enclave. *Annals of Tourism Research*, 23(4), pp. 755-779.
- Hofstede, G. (1989). Organising for Cultural Diversity. *European Management Journal*, 7(4), pp. 390-397.
- Hunt, C. & Stronza, A. (2014). Stage-based tourism models and resident attitudes towards tourism in an emerging destination in the developing world. *Journal of Sustainable Tourism*, 22(2), pp. 279-298.
- Jacobsen, J. K. S. (2000). Anti-tourist attitudes: mediterranean charter tourism. *Annals of Tourism Research*, 27(2), pp. 284-300.
- Johnson, J. D., Snepenger, D. J. & Akis, S. (1994). Residents' perceptions of tourism development. *Annals of Tourism Research*, 21(3), pp. 629-642.
- Johnson, R. (1986). The development of significant cultural resources to promote economic revitalization: a case study. *First National Symposium on Social Science in Resource Management*.
- Jurowski, C. & Gursoy, D. (2004). Distance effects on residents' attitudes toward tourism. *Annals of Tourism Research*, 31(2), pp. 296-312.
- Jurowski, C., Uysal, M. & Williams, R. D. (1997). A theoretical analysis of host community resident reactions to tourism. *Journal of Travel Research*, 36(2), pp. 3-11.
- Kerstetter, D. L., Confer, J. J. & Graefe, A. R. (2001). An exploration of the specialization concept within the context of heritage tourism. *Journal of Travel Research*, 39(3), pp. 267-274.
- Kim, S. S. & Petrick, J. F. (2005). Residents' perceptions on impacts of the FIFA 2002 World Cup: the case of Seoul as a host city. *Tourism Management*, 26(1), pp. 25-38.
- Kroeber, A. & Kluckhohn, F. (1952). *Culture: A critical Review of Concepts and Definitions*. Cambridge, MA: Peabody Museum.

- Lankford, S. V. (1994). Attitudes and perceptions toward tourism and rural regional development. *Journal of Travel Research*, 32(3), pp. 35-43.
- Lankford, S. V. & Howard, D. R. (1994). Developing a tourism impacts attitude scale. *Annals of Tourism Research*, 21(1), pp. 121-139.
- Lanquar, R. (2001). *Marketing turístico: de lo global a lo local*. Barcelona: Editorial Ariel.
- Látková, P. & Vogt, C. A. (2012). Residents' attitudes toward existing and future tourism development in rural communities. *Journal of Travel Research*, 51(1), pp. 50-67.
- Lawson, R. W., Williams, J., Young, T. & Cossens, J. (1998). A comparison of residents attitudes towards tourism in 10 New Zealand destinations. *Tourism Management*, 19(3), pp. 247-256.
- Lepp, A. (2007). Residents' attitudes towards tourism in Bigodi village, Uganda. *Tourism Management*, 28(3), pp. 876-885.
- Lindberg, K. & Johnson, R. L. (1997). Modeling residents attitudes toward tourism. *Annals of Tourism Research*, 24(2), pp. 402-424.
- Lindberg, K., Dellaert, B. G. C. & Rassing, C. R. (1999). Resident tradeoffs. A choice modeling approach. *Annals of Tourism Research*, 26(3), pp. 554-569.
- Liu, J. C. & Var, T. (1986). Residents attitudes toward tourism impacts in Hawaii. *Annals of Tourism Research*, 13(2), pp. 193-214.
- Maddox, R. N. (1985). Measuring satisfaction with tourism. *Journal of Travel Research*, 23(3), pp. 2-5.
- Márquez, G. G. (1984). Watching the Rain in Galicia. *Granta*, pp. 10, 10-13.
- Martin, B. S., McGuire, F. & Allen, L. (1998). Retirees' attitudes toward tourism: implications for sustainable development. *Tourism Analysis*, 3, pp. 43-51.
- Mason, P. & Cheyne, J. (2000). Resident's attitudes to proposed tourism development. *Annals of Tourism Research*, 27(2), pp. 391-411.

Mathieson, A. & Wall, G. (1984). *Tourism: Economic, Physical and Social Impacts*. New York: Longman House.

Maurer, K. (1997). *Ancient Images, Modern Visions: Representations of Maya Identity in Belize*. Tesis doctoral no publicada, University of California-Los Angeles.

McCannell, D. (1973). Staged Authenticity: arrangement of social space in tourist settings. *The American Journal of Sociology*, 79(3), pp. 589-603.

Medina, L. K. (2003). Commoditizing Culture. Tourism and maya identity. *Annals of Tourism Research*, 30(2), pp. 353-368.

Milman, A. & Pizam, A. (1988). Social impact of tourism on Central Florida. *Annals of Tourism Research*, 15(2), pp. 191-204.

Newby, H. (1979). *Green and Pleasant Land? Social Change in Rural England*. London: Wildwood House.

Pizam, A. (1978). Tourism's impacts: the social costs to the destination community as perceived by its residents. *Journal of Travel Research*, 16(4), pp. 8-12.

Plog, S. C. (1974). Why destination areas rise and fall in popularity. *Cornell Hotel and Restaurant Administration Quarterly*, 14(4), pp. 55-58.

Reisinger, Y. & Steiner, C. J. (2006). Reconceptualizing object authenticity. *Annals of Tourism Research*, 33(1), pp. 65-86.

Rodríguez, S. (1994). The tourist gaze, gentrification and the co-modification of subjectivity in Taos. En Francaviglia, R. & Narrett, D. (edi.). *Essays on the Changing Images of the Southwest*. College Station TX: Texas A & M University Press.

Santesmases, M. (2009). *DYANE Versión 4: Diseño y análisis de encuestas en investigación social y de mercados*. Madrid: Ediciones Pirámide.

Sardá, R. & Fluvià, M. (1999). Tourist development in the Costa Brava (Girona, Spain). a quantification of pressures on the coastal environment. En Salomons,

- W., Turner, R. K., Lacerda, L. & Ramachandran, S. (edi.). *Perspectives on integrated coastal management*. Berlin: Springer Press, pp. 257-277.
- Schatzki, T. & Natter, W. (1996). Sociocultural bodies, bodies sociopolitical. En Schatzki, T. & Natter, W. (edi.). *The Social and Political Body*. New York: Guildford, pp. 1-25.
- Sedmak, G. & Mihalic, T. (2008). Authenticity in mature seaside resorts. *Annals of Tourism Research*, 35(4), pp. 1007-1031.
- Selwyn, T. (edi.) (1996). *The Tourism Image: Myths and Myth Making in Tourism*. Chichester: John Wiley & Sons.
- Sheldon, P. J. & Var, T. (1984). Resident attitudes to tourism in North Wales. *Tourism Management*, 5(1), pp. 40-47.
- Sirakaya, E. (1997). Attitudinal compliance with ecotourism guidelines. *Annals of Tourism Research*, 24(4), pp. 919-950.
- Steiner, C. J. & Reisinger, Y. (2006). Reconceptualizing existential authenticity. *Annals of Tourism Research*, 33(2), pp. 299-318.
- Teye, V. & Sirakaya, E. & Sönmez, S. F. (2002). Resident's attitudes toward tourism development. *Annals of Tourism Research*, 29(3), pp. 668-688.
- Um, S. & Crompton, J. L. (1987). Measuring resident's attachment levels in a host community. *Journal of Travel Research*, 26(1), pp. 27-29.
- Urbain, J. D. (1991). *L'Idiot du Voyage*. Paris: Plon.
- Uysal, M., Jurowski, C., Noe, F. P. & McDonald, C. D. (1994). Environmental attitude by trip and visitor characteristics: US Virgins Islands National Park. *Tourism Management*, 15(4), pp. 284-294.
- Vander Stoep, G. (1996). Perception of status of Michigan as a heritage tourism state: results of an eleven month telephone survey. *Proceedings of the 1996 Northeastern Recreation Research Symposium*. USFS Gen. Tech. Rept. NE-232. Radnor PA: USFS.

- Vargas, A., Porras, N. & Plaza, M. D. L. T. (2011). Explaining residents' attitudes to tourism: Is a universal model possible? *Annals of Tourism Research*, 38(2), pp. 460-480.
- Wall, G. (1996). Perspectives on tourism in selected balinese villages. *Annals of Tourism Research*, 23(1), pp. 123-137.
- Wang, Y. & Pfister, R. E. (2008). Residents' attitudes toward tourism and perceived personal benefits in a rural community. *Journal of Travel Research*, 47(1), pp. 84-93.
- Weaver, D. B. & Lawton, L. J. (2001). Resident perceptions in the urban-rural fringe. *Annals of Tourism Research*, 28(2), pp. 439-458.
- Weaver, D. B. & Lawton, L. J. (2013). Resident perceptions of a contentious tourism event. *Tourism Management*, 37, pp. 165-175.
- Weikert, B. & Kertstetter, D. (1996). Resident's attitudes towards tourism: an applied study in a historic community. *Proceedings of the 1995 Northeastern Recreation Research Symposium*. USFS Gen. Tech. Rept. NE-218. Radnor PA: USFS.
- White, P. (1974). The social impacts of tourism on host communities: a study of language change in Switzerland. *Research Paper 9*. Oxford: School of Geography, Oxford University.
- Williams, J. & Lawson, R. (2001). Community issues and resident opinions of tourism. *Annals of Tourism Research*, 28(2), pp. 269-290.
- Woosnam, K. M. (2012). Using emotional solidarity to explain residents' attitudes about tourism and tourism development. *Journal of Travel Research*, 51(3), pp. 315-327.
- Yu, C., Chancellor, H. C. & Cole, S. T. (2011). Measuring residents' attitudes toward sustainable tourism: A reexamination of the sustainable tourism attitude scale. *Journal of Travel Research*, 50(1), pp. 57-63.

Zamani-Farahani, H. & Musa, G. (2012). The relationship between Islamic religiosity and residents' perceptions of socio-cultural impacts of tourism in Iran: Case studies of Sare'in and Masooleh. *Tourism Management*, 33(4), pp. 802-814.

Paginas Web:

<http://ibestat.caib.es/ibestat/inici>