

PERSPECTIVES SOBRE LA URBANITZACIÓ TURÍSTICA EN UN CONTEXT DE TRANSICIÓ

SALVADOR ANTON CLAVÉ

Universitat Rovira i Virgili

Paraules clau: Urbanització turística, transició, postcreixement, litoral mediterrani, geografia del turisme, geografia urbana.

Palabras clave: Urbanización turística, transición postcrecimiento, Litoral mediterráneo, geografia del turismo, geografia urbana.

Keywords: Tourism Urbanization, Transition, Postgrowth, Mediterranean Coast, Tourism Geography, Urban Geography.

L'obra *El turisme a l'EURAM. La Xarxa de costa* publicada per l'Institut Ignasi Vilallonga d'Economia i Empresa l'any 2016 analitza el paper del turisme a l'espai mediterrani catalano-valenciano-balear, les dinàmiques estructurals i conjunturals dels diferents territoris que el conformen, la seva implantació a la franja litoral i els fluxos vacacionals que li han donat forma històricament (Català 2016). Amb més d'1,4 milions de places d'allotjament hotelier i més de 1,5 milions de places en habitatges d'ús turístic (incloent a Catalunya tant les comarques catalanes de l'Estat espanyol com les de l'Estat francès) l'any 2022, generació de valor i d'ocupació laboral, infraestructures i residencialisme, impacte ambiental i disparitat de rendes, emprenedoria i dinamisme inversor són alguns dels elements que, en un context on s'ha fet

* Aquest text es beneficia d'idees i reflexions prèviament exposades en el document sobre turisme elaborat per al número monogràfic que sobre la recuperació econòmica post-COVID a Catalunya va publicar la *Revista Econòmica de Catalunya* (Anton Clavé 2021).

present de manera creixent l'economia col·laborativa, la digitalització i l'emergència climàtica, poden caracteritzar, a partir del llibre, els espais de costa amb major intensitat de freqüentació turística d'aquests territoris.

L'obra permet observar com el turisme configura a Catalunya, València i les Illes Balears una important cadena de valor econòmic, una significativa ocupació de l'espai i una intensa dinàmica en termes de mobilitat cap a i en el si de les destinacions litorals consolidades. A elles se les hi ha de sumar, turísticament, les mateixes capitals, Barcelona, València o Palma, que s'han convertit en algunes de les destinacions d'Europa més desitjades per a viatjar. L'obra permet també identificar com el turisme ha esdevingut, sovint per causa de les dimensions que ha adquirit en algunes localitzacions, així com per determinades pràctiques i impactes no desitjats, l'element central de diferents debats ideològics, polítics, acadèmics i socials en tant que manifestació característica –icònica gairebé es podria dir– del capitalisme, la globalització i el domini de la mobilitat en les relacions socials, econòmiques, materials i financeres. En aquest sentit, per exemple, aproximacions crítiques complementàries com la publicada recentment per Buades (2022) destaquen com en aquests territoris el turisme pot magnificar desequilibris i generar noves crisis urbanes, socials i ambientals. Tot plegat en un context territorial on si la urbanització per causa del turisme té un pes significatiu, les antigues àrees industrialitzades perden pes, emergeixen la sostenibilitat i la innovació com a vies genèricament acceptades per a donar respostes als reptes globals i locals i es propicien processos inèdits fins fa poc de reformulació territorial i desurbanització de les destinacions (Capella 2012; Blàzquez-Salom, Blanco-Romero, Vera-Rebollo i Ivars-Baidal 2019).

El mateix any 2016 es va publicar també *Off the plan. The Urbanisation of the Gold Coast* (Bosman, Dedekorkut-Howes i Leach 2016). És una obra col·lectiva que aborda la història d'aquest tram de costa de Queensland, a Austràlia (inclosa la seva afectació potencial en relació amb les dinàmiques del canvi climàtic), la seva trajectòria com a espai de vacances, el seu desenvolupament immobiliari, els canvis en el paisatge, l'arquitectura i les polítiques que s'hi han implementat. La mirada que sobre la Gold Coast donen els seus autors se situa més enllà de la perspectiva sobre les seves característiques i dimensions com a espai de vacances i destaca la seva condició d'espai urbà, que els seus autors consideren un dels seus principals condicionants del futur. En el capítol final, «Looking beyond the horizon», Dedekorkut-Howes i Bosman (2016, 164), afirmen taxativament que

com ha demostrat aquest llibre, juntament amb la seva població, la complexitat de la ciutat també ha crescut de manera que la Gold Coast ja no és una ciutat d'una indústria. [...] A mesura que la població de Gold Coast envellaix i a mesura que les generacions més joves produeixin i es comprometin amb noves iniciatives, també canviarà la posició de Gold Coast en relació a la diversió. Això obre oportunitats per imaginar el futur de la ciutat i planteja noves possibilitats en relació a la investigació sobre i d'aquest producte urbà en evolució implacable i ràpida com és la Gold Coast.

Encara que tot procés d'urbanització turística està emmarcat per les seves condicions geogràfiques, socioeconòmiques i culturals específiques, pels fluxos particulars de negociació del poder a la comunitat i per l'abast del lideratge públic o privat en els esquemes de planificació, gestió i govern (Anton Clavé 2022), la lectura d'aquests dos textos, tot i que ben diferents tant pel que fa al tractament de la qüestió com a l'escala i la complexitat del territori que aborden, un sobre la costa catalano-valenciano-balear i l'altre sobre la Gold Coast a Queensland, m'obre la porta, en aquesta col·laboració en el volum d'homenatge al professor Diego López Olivares, a recordar converses tingudes amb ell sobre la necessitat de debatre i fer recerca en relació amb el llegat urbà d'algunes de les actuals destinacions litorals de turisme de vacances, sobre la capacitat d'aquests espais d'evolucionar de manera adaptativa a mitjà i llarg termini i sobre la seva resiliència a esdeveniments crítics en el curt termini. Algunes d'aquestes qüestions les havíem conversat personalment sobretot pensant en els litorals català i valencià. Vegeu, en aquest sentit, les pròpies aportacions al respecte del professor López Olivares a López Olivares (2015), López Olivares i Ferreres (2012) i López Olivares, Anton Clavé, Navarro, Perelli i Sastre (2005).

Aquestes són també, de fet, algunes de les temàtiques centrals que es van debatre, d'altra banda, l'any 2016 a la Faculty of Architecture and Built Environment de la University of Westminster en un esdeveniment titulat «Diversifying coastal destinations» amb un argument ben clar:

Moltes destinacions [litorals] han confiat tradicionalment en les platges i altres recursos costaners per atraure turistes. No obstant això, diversos problemes relacionats amb la viabilitat i la sostenibilitat del turisme costaner han impulsat aquests llocs a desenvolupar nous productes, nous mercats i noves identitats. [Aquestes] destinacions es posicionen cada cop més com a ciutats vora el mar, més que com a ciutats costaneres.

Reflexionar sobre la sostenibilitat d'aquestes destinacions –que és, d'altra banda, junt amb la digitalització, una de les dues problemàtiques crítiques que identifica l'OCDE en el seu informe sobre tendències i polítiques de turisme (OCDE 2020)– en un context, com l'actual, de transició en múltiples aspectes turístics, socials, econòmics, urbans, tecnològics, energètics i ambientals, significa, per tant, no només tenir la possibilitat de plantejar un nou pensament que guiï l'acció al respecte i no només contemplar la necessitat d'articular un renovat alineament de la dinàmica del turisme amb criteris àmpliament acceptats relacionats amb la justícia social i ambiental com poden ser els Objectius per al Desenvolupament Sostenible, sinó també l'oportunitat de plantejar una visió que, més enllà del turisme, integri algunes de les destinacions creades per i per al turisme en estratègies urbanes, ambientals, socials, de transformació digital, de governança i de desenvolupament econòmic i regional que vagin més enllà de les tradicionalment vinculades a l'activitat.

Tot plegat, hauria d'afavorir al nivell de les destinacions, models econòmics, cadenes de valor, ecosistemes productius i intel·ligència col·lectiva (Ivars Baidal, Celdrán Bernabeu, Mazón i Perles Ivars 2017) amb capacitat d'adaptació a noves, previsible i tendencials condicions de producció i a potencials noves situacions crítiques i disruptives com la pandèmia de la COVID-19. Val a dir, en particular, que, en la mesura que el postcreixement pot suposar precisament, entre altres aspectes, una reducció significativa d'alguns dels processos de producció i consum actualment dominants a les societats desenvolupades i, potencialment, una reorientació dels valors de la gent en relació amb els actuals estils de vida, abordar aquesta qüestió és, de fet, un aspecte clau en termes de perspectives de futur per als espais urbanitzats per i per al turisme (Sharpley 2022).

1. LA URBANITZACIÓ TURÍSTICA

Tal com recull Rémy Knafou a *Les lieux du voyage* (Knafou 2012), l'existència i la potencialitat de la urbanització turística, és a dir, dels espais urbans creats en un curt període de temps per i per al desenvolupament de funcions vacacionals es basa en la força del turisme com a pràctica humana i en la seva capacitat de «reinventar constantment els llocs». Es per això –diu Knafou– que «l'atractivitat de la major part dels llocs turístics supera la

prova del temps sense gaires desperfectes» (Knafou 2012). Per la seva capacitat d'atracció múltiple, el turisme s'ha configurat, doncs, com una activitat altament disruptiva que ha catalitzat la configuració i la transformació, segons el moment en la dinàmica de desenvolupament en el que es trobin, de la condició urbana de les destinacions creades per i per al turisme a través de l'atracció de funcions no turístiques i de nous residents. D'aquesta manera, i de forma permanent i durable, el turisme ha afaiçonat els territoris, condiciona la seva evolució, genera nous fluxos d'atracció i mobilitats més enllà de les turístiques i vacacionals i propicia noves relacions socials, econòmiques, ambientals i personals a escala local i global.

Tal com s'ha apuntat en altres ocasions, la producció social d'espai urbà en les ciutats construïdes explícitament per a donar suport a una economia basada en el turisme difereix d'altres formes de producció de ciutat (Beier, Anton Clavé i Vigier 2021). El que caracteritza actualment la seva singularitat és l'escala, la complexitat i la seva orientació a l'oci i al consum en un context d'augment de la globalització, de les mobilitats humanes, de la transformació digital i de la consciència ambiental (Anton Clavé 2022). En aquests espais, pràctiques vacacionals i dinàmiques residencials se simultaniegen, es repeteixen, se substitueixen o se succeeixen consecutivament i s'adeqüen en funció de circumstàncies institucionals i dinàmiques econòmiques i de poder, però també en funció de percepcions personals i del valor i significat que les persones els donen com a espais de producció i de reproducció social. Es així també, doncs, que les vacances defineixen i transformen determinats llocs a través del fet, ben conegut, d'altra banda, que algunes persones decideixen triar-los per a viure-hi de forma permanent i, en aquest procés, hi desenvolupen significats i projectes culturals personals i col·lectius (Florida 2008).

Parlar de ciutats que havent estat creades o transformades per i per al turisme s'han convertit en espais urbans complexos i altament atractius també per a residir-hi o per a altres funcions urbanes porta a referir-se necessàriament a un text inspirador publicat fa més de 30 anys. L'any 1991, el sociòleg australià Patrick Mullins va formalitzar, en un treball titulat «Tourism Urbanization» publicat al *International Journal of Urban and Regional Research* (Mullins 1991), la idea que les ciutats turístiques representen una nova i extraordinària forma d'urbanització perquè, a diferència de la resta de processos de creació de ciutat coneguts fins al moment en la història de la humanitat, fonamenten el seu desenvolupament en base a la seva capacitat d'estimular el consum associat a l'entreteniment, el plaer, la relaxació i la

recreació i no en base a la satisfacció de necessitats bàsiques com l'habitatge, la salut o l'educació o al desenvolupament d'activitats industrials i comercials o funcions administratives i de govern, que, d'altra banda, també acaben per desenvolupar-se. Una de les característiques que, segons ell, defineixen aquestes ciutats és el ràpid creixement de la seva població resident i, especialment, de les oportunitats de treball.

En recerques posteriors realitzades durant els anys noranta del segle passat i centrades en la Gold Coast i la Sunshine Coast australianes, el mateix Patrick Mullins va anar perfilant els trets econòmics, socials, demogràfics i simbòlics distintius d'aquestes ciutats i va demostrar que, més enllà de la seva funció com a llocs d'atracció de turistes, es diferenciaven de la resta de ciutats per tenir, entre d'altres aspectes, major densitat d'habitatges, majors taxes de creixement demogràfic, predomini de les parelles com a tipologia familiar, un ritme de creació de llocs de treball més alt, encara que també amb un nivell d'atur també més alt i amb major precarietat, i una major taxa d'emprenedors —que ell va interpretar com a resultat de la capacitat de les ciutats turístiques de propiciar l'emergència d'una nova petita burgesia— que la resta de ciutats. En base als seus estudis, conclouia que es podia considerar que el turisme podia produir nous sistemes territorials que es podien caracteritzar com a socialment distintius i formalment diferents (Mullins 2003). Una nova manera de «fer ciutat», la relacionada amb l'oci i el turisme, que, a més, amb el temps, ha demostrat la seva capacitat d'influència sobre l'organització de les pròpies ciutats convencionals.

Aquesta és una constatació que en determinats àmbits acadèmics ha portat a canviar el propi enfocament de les recerques que sobre urbanització turística s'han anat desenvolupant per a passar d'analitzar l'evolució del turisme a les destinacions per a centrar-se en l'anàlisi de la seva pròpia transformació en tant que espais urbans i des d'una perspectiva evolutiva complexa (Brouder, Anton, Gill i Ioannides 2017; Stock i Lucas 2012; Équipe MIT 2002). En alguns casos aquesta aproximació s'ha fet des de perspectives epistemològiques pròpies de la Geografia Econòmica Evolutiva (Sanz-Ibáñez i Anton Clavé 2014). En aquesta línia, autors com Stock, Clivaz, Crevoisier, Kebir i Nahrath (2014) parlen del capital social de les destinacions i examinen com l'agència col·lectiva pot generar dinàmiques de metamorfosi que, tot i mantenir la seva funció vacacional, generen una nova naturalesa urbana a les destinacions turístiques convencionals.

És des d'aquesta perspectiva que la urbanització turística es pot entendre, en alguns casos, com una etapa del desenvolupament d'unes determinades

ciutats que, tenint els seus orígens en el desenvolupament d'activitats relacionades amb el turisme i mantenint algunes particularitats de la forma urbana que li són pròpies, evolucionen i generen ciutats diverses i complexes (Dedekorkut-Howes i Bosman 2015). Constatacions d'aquesta mena haurien de poder estimular noves recerques tant en l'àmbit turístic com en el geogràfic, urbanístic, sociològic, econòmic i ambiental, així com també des de la perspectiva de la governança de les destinacions. Haurien de poder portar a abordar també, addicionalment, per quins mecanismes la urbanització turística genera situacions de desigualtat urbana, social i econòmica, com les destinacions poden minimitzar la seva aportació a l'emergència climàtica i ambiental i quins factors expliquen la percepció que les persones que hi viuen o que decideixen anar-hi a residir tenen sobre elles, sobre la seva qualitat de vida, sobre les seves característiques econòmiques o sobre, en els casos en que es doni, la seva integració funcional metropolitana.

Atesa la magnitud dels espais urbanitzats per i per al turisme, aquestes reflexions poden configurar reptes acadèmics i d'acció política de primer ordre homologables als que emergeixen en d'altres sectors d'activitat també estratègics i amb incidència territorial com el transport, l'energia o determinats àmbits industrials. Les inèrcies immobiliàries de les estructures urbanes creades, els costos de capital associats a l'actuació sobre l'espai urbà, la incapacitat financera dels municipis turístics i, més en general, els problemes per a emprendre operacions emblemàtiques que facilitin processos de transició i la rigidesa del planejament urbanístic a l'hora de activar processos de transformació o renovació del que està construït, no fan fàcil, en aquest cas, l'acció política.

La pregunta clau a fer-se és com es pot gestionar en un context de transició turística, social, econòmica, urbana, tecnològica, energètica i ambiental, la capacitat històrica del turisme de generar noves estructures urbanes, de transformar les heretades i d'incorporar noves funcions urbanes residencials i productives que vagin més enllà del turisme (encara que mantingui com a identificadores les funcions que han propiciat la seva aparició, és a dir, les turístiques). En definitiva, la urbanització turística té l'oportunitat de poder contemplar alternatives que integrin noves i múltiples funcions urbanes, econòmiques i socials pel que fa a la localització residencial, la connectivitat, la productivitat, la capacitat innovadora i la contribució a la competitivitat territorial de l'estructura regional on es localitzen, però també amb la necessitat de proporcionar eines i mitjans adequats de gestió ambiental, arquitectura, transport, planificació econòmica i demogràfica,

política i governança per a adaptar-se als actuals escenaris de transició i a la tendència al postcreixement que es deriva de l'actual emergència climàtica, energètica i social a nivell planetari (Hickel i Kallis 2019).

2. EL FUTUR DE LES CIUTATS CREADES PER I PER AL TURISME

En la mesura que el turisme és una activitat estretament vinculada a dinàmiques pròpies del capitalisme com el consum i la mobilitat, l'existència de polítiques globals i respostes locals que afrontin de manera decidida l'emergència climàtica, la transició energètica, les tensions socials o les possibles noves crisis sanitàries poden fer variar de manera substancial les condicions de reproducció de l'activitat (Anton Clavé 2021). S'observen, en aquest sentit, canvis –com alguns que s'han donat durant la pandèmia i fins i tot abans– en la forma de viatjar, en les motivacions per a visitar els llocs o en el comportament dels individus (Jensen 2021).

En aquesta línia d'argumentació, en el capítol introductori del llibre –publicat poc abans de la pandèmia– *The future of tourism*, Fayos-Solá i Cooper (2019) assenyalen que el futur de les destinacions turístiques en el segle XXI dependrà de com la societat afronti qüestions fonamentals com el canvi climàtic, el repte del desenvolupament humà i la governança. Indiquen també que caldrà preguntar-se com el turisme podrà contribuir, resistir o, en el pitjor dels casos, dificultar els canvis –en molts casos profunds i accelerats– de reforma, reenginyeria i innovació disruptiva que podran ser necessaris per a la seva supervivència a mitjà i llarg termini.

Aquesta pregunta lliga, des de la perspectiva dels reptes dels espais urbanitzats per i per al turisme, amb la que es feien Ricard Pié i Josep Maria Vilanova, en un article publicat a la *Revista Econòmica de Catalunya* l'any 2017, sobre el futur dels espais turístics de costa catalans. Es tracta d'una pregunta que és aplicable al conjunt de l'àrea catalano-valenciano-balear i, per extensió, a molts altres territoris litorals peninsulars, del Mediterrani i del món –com la ja esmentada Gold Coast australiana. Parlaven –Pié i Vilanova– de l'existència d'un agregat urbanístic de dimensions importantíssimes «que es desplega sense cap ordre al llarg de tota la costa» que configura «una ciutat invisible que encara no s'ha tingut en consideració». Els problemes d'aquest artefacte –deien– «són els problemes del turisme madur, de la necessària consolidació i rehabilitació de l'agregat urbanístic, format

bàsicament per l'oferta d'allotjaments i de la necessitat de l'equipament de renovació per mantenir i millorar la competitivitat de l'oferta turística» (Pié i Vilanova 2017, 37).

És convenient, des de la perspectiva de la seva adaptabilitat, resiliència i competitivitat que aquest agregat urbanístic observable per la seva petjada física sobre el territori comenci també a ser valorada des d'una perspectiva funcional i productiva en relació al sistema urbà i territorial on s'integra. En aquest sentit, pot ser convenient generar noves polítiques no només en relació amb la competitivitat de l'oferta turística —com apuntaven Pié i Vilanova—, sinó també vinculades a nous plantejaments pel que fa a la creació de dinàmiques alternatives i integradores del turisme que vagin en línia de fer minvar l'especialització, de potenciar la intersectorialitat, de fer disminuir la seva incidència ambiental, d'incrementar la reparació dels costos sobre els ecosistemes naturals, de potenciar la diversificació social i la requalificació laboral i, en definitiva, d'afavorir uns resultats més equitatius i inclusivament per a les poblacions que estan implicades en les dinàmiques de residència, de producció i de gestió de les destinacions turístiques i els seus elements constitutius.

Des d'aquest punt de vista pot ser interessant, per exemple, fer referència a algunes observacions empíriques recents sobre el paper que han jugat els espais urbanitzats per i per al turisme en la captació de residents creatius provinents de l'àmbit metropolità de Barcelona durant el període que inclou la crisi iniciada al 2007-2008 en el cas de Catalunya (Olano Pozo, González Reverté i Anton Clavé 2017). S'ha identificat, en particular, que els municipis turístics catalans especialitzats en turisme de dimensió mitjana, vacacionals mitjans i grans i diversificats grans han estat especialment atractius entre 2001 i 2011 per als treballadors supercreatius i professionals, mentre que els municipis turístics vacacionals grans i diversificats grans han estat especialment atractius per a treballadors bohemis (s'apliquen en aquest cas les definicions de treballadors creatius realitzades per Florida 2002). Aquesta dinàmica ha permès observar, complementàriament, una certa continuïtat urbana metropolitana pel que fa a l'atracció de residents creatius en espais propis de la urbanització turística litoral que, al sud de Barcelona, arriba fins a Cambrils i, al nord, fins a Lloret de Mar.

Tot plegat porta a fer reflexionar, en conseqüència, sobre la relocalització de treballadors creatius des dels llocs centrals, que és on tradicionalment han anat a residir segons les anàlisis clàssiques (Clifton 2008; Boschma i Fritsch 2009; Clifton, Cooke i Hansen 2013) cap a les perifèries urbanes

i, en el cas català, cap a destinacions turístiques generalment no considerades des de la perspectiva de l'atracció de residents que generen alt valor afegit. En definitiva, permet fer reflexionar puntualment sobre el paper que juguen i poden jugar diferents tipus de municipis turístics no ja en termes clàssics d'atracció de visitants sinó en termes de localització residencial de treballadors creatius, tal com s'ha observat també, per exemple, en una altra recerca al litoral de la província de Buenos Aires (Beier, Anton Clavé i Vigier 2020). No s'ha de perdre de vista, de tota manera, que els resultats que s'han pogut obtenir fins al moment, mostren que no tots els municipis turístics obtenen guanys pel que fa a població creativa resident (González Reverté, Romero Padilla, Muro Morales, Navarro Jurado i Gomis López 2016; Romero Padilla, Navarro Jurado i Malvárez-García 2016) i que, d'altra banda, les destinacions turístiques són també espais privilegiats per a la captació de treballadors precaris (Olano Pozo, González Reverté i Anton Clavé 2018; Robinson, Martins, Solnet i Baum 2019) de manera que, com en altres espais que solen atreure creatius, en els espais urbanitzats per i per al turisme es dona una elevada correlació entre creativitat i desigualtat.

Aquestes disparitats s'observen clarament en determinats espais urbanitzats per i per al turisme de la costa catalano-valenciano-balear quan s'analiza la seva renda familiar disponible mitjana més enllà de la generalitzada evidència estadística que les destinacions turístiques litorals estan entre els municipis turístics amb les rendes familiars disponibles més baixes (Buades 2022). Així, per exemple, a Catalunya municipis especialitzats en turisme com Salou i altres municipis litorals vacacionals metropolitans tenen, juntament amb Barcelona ciutat, els índexs de Gini més elevats pel que fa a la disparitat de les rendes dels seus residents en les seccions censals on fan la declaració, fet que, més enllà d'altres consideracions, permet parlar no només de precarietat, sinó de desigualtat i, per tant, també de complexitat urbana. Val a dir, en qualsevol cas, que, per a entendre en la seva complexitat aquesta dinàmica, caldria aprofundir en el fet, conegut des de fa dècades, que els espais urbanitzats per i per al turisme localitzats en entorns metropolitans articulen mercats de treball intermunicipals tant d'entrada com de sortida que no permeten associar unívocament els residents en els municipis turístics com a treballadors en la cadena de valor del turisme (vegeu Anton Clavé 1997). Així, segons dades de l'estudi experimental fet amb telefonia mòbil per part de l'INE, un 20 % de la població de Salou (5.534 persones), per seguir amb aquest exemple, sortia de mitjana diàriament al novembre de 2019 i un altre 21 % (5.683) hi entrava, previsiblement, a treballar.

Es pot convenir, doncs, que la urbanització turística, la realitzada per i per al turisme, com s'apuntava anteriorment, ha generat espais que en el mitjà i llarg termini han evolucionat i incorporat altres funcions urbanes que, en el cas d'espais estructuralment complexos –com són, entre altres, alguns del mediterrani catalano-valenciano-balear–, permeten parlar de la integració de l'activitat turística en contextos que ho han deixat de ser únicament. Aquesta condició pot ser entesa com un punt de partida d'interès per a generar alternatives insospitades des de la perspectiva del posicionament d'aquests espais en una futura dinàmica de postcreixement sempre i quan es facin polítiques a tal efecte i els espais turístics litorals urbanitzats consolidats no siguin menystinguts només com a espais per al turisme (Rovira Soto i Anton Clavé 2017, Anton Clavé i Wilson 2017).

Així ho sostenen, per exemple, Gausa i Canossa (2020, 121) quan indiquen que més enllà de la seva condició actual, els litorals urbanitzats per i per al turisme són espais idonis per a crear nous escenaris «playful» i «productive» al mateix temps amb una combinació exclusiva de «residència, producció, comerç, lleure, natura» absolutament rellevant des de la perspectiva de les relacions socials (Anton Clavé 2021). De fet, recerques fetes a la Costa del Sol andalusa posen de manifest que front «a la perspectiva de ser una destinació turística madura en procés de declivi, com s'augurava en el debat científic de fa uns anys, la realitat [...] és que es [va] convertint en un espai urbà atractiu i creatiu que [comparteix] fluxos de persones, idees i capital en la xarxa de ciutats globals» (Romero Padilla, Navarro Jurado i Malvárez-García 2016).

Aquesta és una reflexió pertinent que convé tenir en compte en la mesura que s'ha observat en altres destinacions –per exemple, la ja també esmentada Golden Coast australiana– que el paper i la importància dels espais urbanitzats per i per al turisme s'han pogut intensificar des de finals del segle xx per causa d'una sèrie de factors, com la globalització econòmica, la desregulació del mercat i la financiarització de les economies, l'auge dels viatges de baix cost o la generalització de les plataformes digitals que no només han fet més general el turisme com a estratègia de creixement econòmic de les destinacions, sinó que les han hibridat amb altres dinàmiques residencials, socials i econòmiques. De fet, aprofitant aquesta realitat, la mateixa Gold Coast australiana va plantejar la seva estratègia de desenvolupament econòmic 2013-2023 de manera que, partint d'unes condicions exclusivament associades a l'economia del turisme i entreteniment, es plantejava com a repte canviar l'enfocament «des dels motors econòmics tradicionals, basats en el

creixement demogràfic i el turisme, cap a la captació d'indústries intensives en coneixement basades en el capital intel·lectual» (Gold Coast City 2013, 10). En la mateixa línia, tenint en compte que el turisme i la urbanització del territori implica la necessitat de comptar amb proveïdors tecnològics, d'innovació i de coneixement i d'implantar tecnologies digitals, ambientals, per al benestar, per al manteniment del patrimoni o altres, el «Pla regional de desenvolupament turístic 2017-2022» de la regió Provence-Alpes-Côte d'Azur, a França, té com a objectiu l'impuls d'un ecosistema afavoridor de la creació de *starts-ups* locals digitals innovadores i dinàmiques amb la col·laboració d'empreses privades, administracions públiques i centres de recerca (Région Provence-Alpes-Côte d'Azur 2016).

En ambdós casos el disseny de mesures afavoridores de la l'adaptació de les destinacions turístiques a les actuals dinàmiques de transició que van més enllà de la pròpia dinàmica turística, ha implicat reflexionar i actuar consegüentment en termes de considerar quin paper ha d'ocupar l'espai litoral, tradicionalment principalment turístic i considerat de manera perifèrica respecte a les capitals metropolitanes, en l'actual context d'una economia digital cada vegada més immaterial i descentralitzada. Significa també que s'han hagut d'adoptar polítiques regionals que vagin més enllà de la pràctica general tendent a aglomerar a les ciutats centrals i a la seva immediata corona metropolitana les activitats amb major valor afegit (Báez Melián, Bergua Amores i Pac Salas 2014).

No es pot oblidar, en qualsevol cas, que, en la mesura que la urbanització turística i la seva transformació incorpora funcions urbanes més complexes, es consolida també com un mitjà d'acumulació de capital que segueix tenint en la producció d'espai el seu motor més actiu. Això, implica, en el ja esmentat actual context de transició, que la transformació de la naturalesa de les destinacions turístiques en una direcció de major urbanitat pot ocasionar també, si no s'hi fa front amb les polítiques adequades, una intensificació dels efectes dels reptes globals a nivell local en àmbits com l'exclusió social, les desigualtats, els patrons de mobilitat, la crisi ambiental o l'emergència climàtica (Hall 2006). Per tant, caldran marcs nous de reflexió i acció com ara l'anàlisi institucional dels conflictes socioecològics, l'estudi sistèmic de fluxos de materials i energia, o la recerca sobre usos del sòl i transformacions ambientals per entendre i actuar sobre els espais generats per la urbanització turística en procés de transformació (González Vera, Campos Cámara i Anton Clavé 2016).

Sigui com sigui, és important articular una forma d'entendre les ciutats creades per i per al turisme que contempli la seva capacitat de generar –encara que desigualment i de vegades fora dels circuits regulars– valor i riquesa en àmbits diferents al del turisme i d'afavorir un major retorn econòmic, social i ambiental. Des d'aquesta perspectiva, el futur de les ciutats turístiques en el context de transició turística, social, econòmica, urbana, tecnològica, energètica i ambiental propi dels inicis del segle XXI dependrà, doncs, de com es plantegi la seva capacitat de resposta als reptes globals (vegeu, pel que fa a l'actual context de crisi urbana, Florida 2017).

En aquest sentit, caldrà tenir en compte també què el pensament crític sobre el creixement econòmic és escèptic en relació a la idea dominant de sostenibilitat tal com s'entén en la formulació dels ODS de l'Agenda 2030 i s'ha enunciat abans en aquest mateix article. En la mesura que el concepte de sostenibilitat fa compatible l'expansió econòmica amb la minimització de l'emergència climàtica a través del canvi i la substitució tecnològica resulta poc disruptiu en l'actual context en transició (Hickel i Kallis 2019). De fet, més enllà de pràctiques sostenibles a les destinacions (a l'estil de les promogudes pels plans finançats pels fons europeus *Next Generation*) el que cal als espais urbanitzats per i per al turisme són estratègies i polítiques multidimensionals (és a dir, no només per al turisme) que, parafrasejant Sharpley (2022) permetin pensar i actuar sobre la urbanització turística tenint en compte les implicacions que poden tenir en el futur pràctiques econòmiques, socials, ambientals i energètiques associades a les visions del postcreixement.

3. REFLEXIONS FINALS

Tal com s'ha apuntat en altres ocasions (Anton Clavé 2021), el turisme és un agent transformador de primera magnitud amb capacitat per articular processos de canvi a tots nivells i, en particular, en l'àmbit de la transformació urbana del territori, en curts períodes de temps. Gestionar-lo, com qualsevol altre àmbit d'activitat econòmica, significa, bàsicament, dissenyar i aplicar polítiques, planificar i invertir en processos, regular activitats i impactes i establir sistemes impositius adequats. Tot plegat ha d'anar més enllà –pel que fa al turisme– de les més convencionals polítiques de promoció i processos de planificació estratègica orientats a l'activitat.

En aquest sentit, seguint les afirmacions que fan Gausa i Canossa (2020, 102-103), es pot convenir que el turisme i les transformacions territorials que se'n deriven i, en particular, els processos d'urbanització turística que s'han consolidat en els litorals d'arreu del món, des del catalano-valenciano-balear a les costes australianes, no poden continuar sent interpretats només com un element característic d'un procés de producció i consum propi del capitalisme o el resultat de la implantació d'una indústria de serveis en el territori sinó que s'han de contemplar com una realitat territorial que necessita planificar la seva capacitat d'evolució adaptativa a mitjà i llarg termini més enllà de la pròpia activitat que l'ha originat en un context de transició en el que hi intervenen múltiples factors econòmics, socials i ambientals a banda d'importants reptes col·lectius tant a nivell global com local.

D'aquí la necessitat de contemplar el fet que la planificació i gestió dels espais inicialment creats per i per al turisme ha de permetre incorporar-los proactivament en la transformació cultural, social i ambiental que demanden els reptes globals de la societat contemporània en transició. És clar, evidentment, que les dinàmiques particulars de cada lloc i els contextos socials, econòmics i ambientals de les destinacions allà on es localitzen, des dels àmbits metropolitans de les costes europees als espais colonitzats pel turisme internacional del sud global, requereixen visions i solucions diferents. Ja s'ha dit, en aquest sentit, que els processos propis de la urbanització turística s'han de contextualitzar en les seves condicions geogràfiques, socioeconòmiques i culturals particulars, que són resultat i poden evolucionar diferentment en funció de dinàmiques de poder locals o processos de lideratge singular i que es vinculen amb situacions de planificació, gestió i govern diferenciades.

Per al cas catalano-valenciano-balear, amb el que hem il·lustrat des del començament aquesta aportació d'homenatge al professor Diego López Olivares, pot ser adequat fer extensiu al conjunt dels tres territoris i a manera de cloenda, el *post scriptum* del llibre que sobre *El turisme a Catalunya del 1931 al 1936* va escriure Antoni Farreras (1973) enguany farà just 50 anys. No hi ha cap dubte que s'avançava al seu temps (tot i que probablement poc es podia imaginar la situació actual tant pel que fa a emergència ambiental com a transformació digital i a la recent crisi sanitària) quan apuntava sobre el turisme que

de la mateixa manera que la primera revolució industrial va poblar els afores de les ciutats i viles amb fàbriques i tallers bruts, inhòspita, incòmodes, nauseabunds per ventura, i d'una lletgesa que amb molta freqüència ofenia la vista [...] amb la creixença del turisme s'ha esdevingut una cosa semblant. [...]. Però aquelles fàbriques lletges, brutes, nauseabunds que vam heretar de la primera revolució industrial van deixant ràpidament el lloc a noves factories, netes, clares, lluminoses: rodejades sovint d'arbres i jardins florits, tan ben acurats com ho podrien ésser els del més luxós balneari. [...] Es d'esperar que una cosa semblant es pugui esdevenir en l'esfera de les instal·lacions i dispositius turístics [...] el país, tot el país ja que en definitiva es el gran comandatari de totes les empreses turístiques que hi treballen ja que els cedeixen l'usdefruit de les condicions naturals de les quals el turisme es beneficia, es convenci que li té compte planificar –sense desoir les veus de l'experiència ni les de la previsor prudentia– [...]. I en escriure aquesta consideració l'autor pensa [...] en la necessitat que una acció desperta, àgil, vigilant alhora comenci a planejar llur habilitació, a fomentar-ne l'execució i a vigilar que un cop iniciada aquesta no se surti de mare com ha passat en alguns indrets de la costa. (Farreras 1973, 248)

A banda d'algunes de les destinacions esmentades en el text, exemples ben diferents (a destacar el cas de Niça, a la Costa Brava, per anomenar-ne un de ben conegut) mostren que, en el llarg termini, poden existir a les destinacions dinàmiques particulars adaptades a tendències generals de transformació que catalitzin nous processos de generació de valor, inclusió i qualitat de vida sempre i quan es donin les circumstàncies adequades. Aquesta constatació de la capacitat d'adaptació dels espais urbanitzats per i per al turisme a noves dinàmiques socials, econòmiques i ambientals és fonamental en l'actual context de transició turística, urbana, tecnològica i energètica. Així doncs, el repte ara i en el futur immediat dels espais turístics creats per i per al turisme és afavorir al nivell local canvis multidimensionals i multifuncionals que tinguin capacitat d'alinejar-se amb les necessitats d'adaptació col·lectives que tenim plantejades com a societat en el curt, mitjà i llarg termini a nivell global.

REFERÈNCIES BIBLIOGRÀFIQUES

- Anton Clavé, Salvador. 1997. *Diferenciació i restructuració de l'espai turístic. Processos i tendències al litoral de Tarragona*. Tarragona: El Mèdol.
- . 2021. «Perspectives sobre el paper del turisme a Catalunya». *Revista Econòmica de Catalunya* 83: 76-82.
- . 2022. «Tourism Urbanisation». En *Encyclopedia of Tourism Management and Marketing*. Ed. Dimitrios Buhalis. Cheltenham: Edward Elgar Publishing.
- Anton Clavé, Salvador i Julie Wilson. 2017. «The evolution of coastal tourism destinations: a path plasticity perspective on tourism urbanisation». *Journal of Sustainable Tourism* 25(1): 96-112.
- Báez, Juan Miguel, José Ángel Bergua i David Pac. 2014. «The Creative Class and the Creative Economy in Spain». *Creativity Research Journal* 26(4): 418-426.
- Beier, Lorena, Salvador Anton Clavé i Hernán Vigier. 2020. «Tolerance, talent, and attraction of creative workers in tourism destinations (insights from the province of Buenos Aires, Argentina)». *Tourism Planning and Development* 18(1): 86-110.
- . 2021. «Dinámicas de urbanización turística en el litoral de Buenos Aires, Argentina». *Cuadernos de Turismo* 47: 102-130.
- Blázquez-Salom, Macià, Asun Blanco-Romero, José Fernando Vera-Rebollo i Josep Ivars-Baidal. 2019. Territorial tourism planning in Spain: from boosterism to tourism degrowth? *Journal of Sustainable Tourism* 27(12): 1764-1785.
- Bosman, Caryl, Aysin Dedekorkut-Howes i Andrew Leach (eds.). 2016. *Off the plan. The urbanization of the Gold Coast*. Clayton South: CSIRO Publishing.
- Boschma, Ron A. i Michael Fritsch. 2009. Creative Class and Regional Growth: Empirical Evidence from Seven European Countries. *Economic Geography* 85(4): 391-423.
- Brouder, Patrick, Salvador Anton Clavé, Alison Gill i Dimitri Ioannides. 2017. «Why is tourism not an evolutionary science? Understanding the past, present, and future of tourism destination evolution». En *Tourism Destination Evolution*, eds. Patrick Brouder i Salvador Anton Clavé, Alison Gill i Dimitri Ioannides. Londres: Routledge, 1-18.

- Buades, Joan. 2022. «Països Catalans, paradís turístic?». *El Crític*. Disponible en: <https://www.elcritic.cat/dades/paisos-catalans-paradis-turistic-124068>.
- Capella, Juli. 2012. «Policies of deurbanisation and the creation of public space». En *10 Lessons on Tourism. The challenge of reinventing destinations*, ed. Salvador Anton Clavé. Barcelona: Planeta, 327-340.
- Català, Lluís. 2016. *El turisme a l'EURAM. La xarxa de costa*. València. València: Institut Ignasi Vilallonga d'Economia i Empresa.
- Clifton, Nick. 2008. «The “creative class” in the UK: An initial analysis». *Geografiska Annaler, Series B: Human Geography* 90: 63-82.
- Clifton, Nick, Phil Cooke i Hogni Kalso Hansen. 2013. «Towards a Reconciliation of the “Context-less” with the “Space-less”? The Creative Class across Varieties of Capitalism: New Evidence from Sweden and the UK». *Regional Studies* 47(2): 201-215.
- Dedekorkut-Howes, Aysin i Caryl Bosman. 2015. «The Gold Coast: Australia's playground?». *Cities* 42: 70-84.
- . 2016. «Looking beyond the horizon». En *Off the plan. The urbanization of the Gold Coast*. eds. Caryl Bosman, Aysin Dedekorkut-Howes i Andrew Leach. Clayton South: CSIRO Publishing, 151-164.
- Équipe MIT. 2002. *Tourisme 1. Lieux communs*. París: Belin.
- Farreras, Antoni. 1973. *El turisme a Catalunya del 1931 al 1936*. Barcelona: Pòrtic.
- Fayos-Solà, Eduardo i Chris Cooper (eds.). 2019. *The future of tourism: Innovation and sustainability*. Viena-Nova York: Springer.
- Florida, Richard. 2002. *The Rise of Creative Class: And How It's Transforming Work, Leisure, Community and Everyday Life*. Nova York: Basic Books.
- . 2008. *Who's your city?: how the creative economy is making where to live the most important decision of your life*. Nova York: Basic Books.
- . 2017. *The new urban crisis : how our cities are increasing inequality, deepening segregation, and failing the middle class—and what we can do about it*. Nova York: Basic Books.
- Gausa, Manuel i Nicola Canessa. 2020. «Med.Net(s). From Mediterranean dream cities to Mediterranean multi-cities dream. Towards a Mediterranean intelligent coast networks». En *Turismo y paisaje 2. Sobre arquitectura, ciudades, territorios y paisajes del turismo*, eds. Ricard Pié, Carlos Rosa, Josep M. Vilanova i Enrico Porfido. València: Tirant lo Blanch, 89-121.
- Gold Coast City. 2013. *Economic Development Strategy 2013-2023. Version 2.0*. Gold Coast.

- González Reverté, Francesc, Yolanda Romero Padilla, Ignacio Muro Morales, Enrique Navarro Jurado i Joan Miquel Gomis López. 2016. «La localización de la clase creativa en ciudades turísticas. Un análisis a escala local del sistema urbano Mediterráneo español». *Investigaciones Turísticas* 11(11): 1-29.
- González Vera, María Angélica, Bonnie Lucía Campos Cámara i Salvador Anton Clavé. 2016. «El desarrollo del turismo ante el reto de una sociedad del riesgo y vulnerabilidad en la región Costa Maya, Quintana Roo, México». En *Sociedad del riesgo en México. Análisis y Perspectivas*, coords. Bonnie Lucía Campos Cámara, Diego Velázquez Torres i María Estela Orozco Hernández. Mèxic: Universidad de Quintana Roo, 47-61. ISBN: 978-607-9448-23-3.
- Hall, Michael C. 2006. «Tourism urbanisation and global environmental change». En *Tourism and Global Environmental Change. Ecological, social, economic and political interrelationships*, eds. Stefan Gössling i Michael Hall. Londres: Routledge, 142-155.
- Hickel, Jason i Giorgos Kallis. 2019. «Is Green Growth Possible?». *New Political Economy*, DOI: 10.1080/13563467.2019.1598964.
- Ivars, Josep Antoni, Marco A. Celdrán, José Norberto Mazón i Ángel F. Perles. 2017. «Smart destinations and the evolution of ICT: a new scenario for destination management?». *Current Issues in Tourism*, DOI: 10.1080/13683500.2017.1388771.
- Jensen, Ole B. 2021. «Pandemic disruption, extended bodies, and elastic situations - Reflections on COVID-19 and Mobilities». *Mobilities* 16(1): 66-80.
- Knafou, Rémy. 2012. *Les lieux du voyage*. París: Éditions Le Cavalier Bleu.
- López Olivares, Diego. 2015. «La renovación de destinos como estrategia de política general desde una perspectiva sectorial, económica, urbana y ambiental. 2015. A: 20 retos para el turismo en España, coords. Aguiló Pérez, Eugeni i Salvador Anton Clavé. Madrid: Pirámide, 241-257.
- López Olivares, Diego, Salvador Anton Clavé, Enrique Navarro, Oscar Perelli i Francisco Sastre. 2005. «Las transformaciones del actual modelo turístico en España». *Annals of Tourism Research en español* 7(2): 423-446.
- López Olivares, Diego i Juan Bautista Ferreres Bonfill. 2012. «La reestructuración de los destinos consolidados del litoral castellanense. El caso de Benicàssim (Castellón, Comunitat Valenciana)». En *Renovación*

- y reestructuración de destinos turísticos en áreas costeras, eds. José Fernando Vera Rebollo i Isabel Rodríguez. València: Universitat de València, 399-418.
- Mullins, Patrick. 1991. «Tourism Urbanization». *International Journal of Urban and Regional Research* 15(3): 326-342.
- . 2003. «The evolution of Australian tourism urbanization». En *Cities and Visitors*, eds. Lily M. Hoffman, Susan S. Fainstein i Dennis R. Judd. Londres: Blackwell Publishing. Pgs. 126-142
- OCDE. 2020. *Tendances et politiques du tourisme de l'OCDE*. OCDE.
- Olano Pozo, Jon, Francesc González Reverté i Salvador Anton Clavé. 2017. «Consideracions sobre l'atracció de residents a les destinacions turístiques catalanes. El cas dels treballadors creatius». *Revista Econòmica de Catalunya* 76: 74-85.
- . 2018. «Atracción de residentes en el litoral catalán: el caso de los trabajadores creativos y de los trabajadores con baja especialización en el Penedés marítimo». En *De lugar geográfico a destino turístico. Análisis, planificación y gestión de procesos de cambio generados por el turismo*, coord. Xosé Somoza Medina. León: Universidad de León-AGE, 103-112.
- Pié, Ricard i Josep Maria Vilanova. 2017. «Turisme i ordenació del territori. El turisme ha anat de prestat». *Revista Econòmica de Catalunya* 76: 34-40.
- Région Provence-Alpes-Côte d'Azur. 2016. *Schéma régional de développement touristique 2017-2022*. Marsella.
- Robinson, Richard N. S., Antje Martins, David Solnet i Tom Baum. 2019. «Sustaining precarity: Critically examining tourism and employment». *Journal of Sustainable Tourism* 27(7): 1008-1025.
- Romero, Yolanda, Enrique Navarro i Gonzalo Malvárez-García. 2016. «The potential of international coastal mass tourism destinations to generate creative capital». *Journal of Sustainable Tourism*. DOI:10.1080/09669582.2015.1101125.
- Rovira Soto, Trinitat i Salvador Anton Clavé. 2017. «Second homes and urban landscape patterns in Mediterranean coastal tourism destinations». *Land Use Policy* 68: 117-132.
- Sanz Ibáñez, Cinta i Salvador Anton Clavé. 2014. «The evolution of destinations: towards an evolutionary and relational economic geography approach». *Tourism Geographies: An International Journal of Tourism Space, Place and Environment* 16(4): 563-579.

- Sharpley, Richard. 2022. «Tourism and Development Theory: Which Way Now?». *Tourism Planning & Development* 19(1): 1-12.
- Stock, Mathis i Léopold Lucas. 2012. «La double révolution urbaine du tourisme». *Espaces et sociétés* 3(151): 15-30.
- Stock, Mathis, Christophe Clivaz, Olivier Crevoisier, Leila Kebir i Stéphane Nahrath. 2014. *Resort development and tourist capital of place*. [https://www.unine.ch/files/live/sites/maps/files/shared/documents/wp/WP_5_2014_MS_et_al\(2\).pdf](https://www.unine.ch/files/live/sites/maps/files/shared/documents/wp/WP_5_2014_MS_et_al(2).pdf) [Accés: 6/11/2022].