

El turismo de masas como agente transformador de la ciudad: urbanismo vs turismo

Gabriel Ruiz Zafra¹

Resumen

El turismo de masas se manifiesta como un agente de primer orden que afecta y modifica el ámbito local. Cuando la gestión de los recursos turísticos y patrimoniales se lleva a cabo sin tener en cuenta a la comunidad residente y no se busca un equilibrio entre las necesidades de los usuarios residentes y temporales, el desarrollo sostenible de la ciudad se verá afectado provocando impactos negativos en las estructuras sociales, económicas, medioambientales y culturales. Por este motivo, es imprescindible gestionar los recursos turísticos desde la perspectiva de la conservación preventiva y protección del patrimonio, evitando adoptar modelos de desarrollo turístico especulativo que rompan el equilibrio como motor de desarrollo local originando un agotamiento acelerado de sus recursos. Según la experiencia adquirida en la gestión turística y cultural en Granada (España), analizaremos el centro histórico de la ciudad y cómo en los últimos años, el turismo de masas está siendo un factor determinante en su transformación urbanística y social.

Palabras Clave: Conservación y protección del patrimonio, Gestión turística y cultural, Globalización y desarrollo sostenible, Granada, Transformación urbanística, Turismo de masas

¹ Spin-Off A Night Plus Universidad de Granada, España, Tel +34 67638560, email Gabriel@granadaesencial.com.

La investigación está financiada por la Spin-Off A Night Plus SL.

Mass tourism as a transforming agent of the city: urbanism vs tourism

Abstract

Mass tourism manifests itself as an agent of the first magnitude that affects and modifies the local environment. When the management of tourism and heritage resources is carried out without taking into account the resident community and a balance is not sought between the needs of resident and temporary users, the sustainable development of the city will be affected, causing negative impacts on social, economic, environmental and cultural structures. For this reason, it is essential to manage tourism resources from the perspective of conservation and heritage protection, avoiding adopting models of speculative tourism development that break the balance as a motor of local development causing an accelerated depletion of its resources. According to the experience acquired in tourism and cultural management in Granada (Spain), we will analyze the historical center of the city and how in recent years, mass tourism is being a determining factor in its urban and social transformation.

Keywords: Conservation and protection of heritage, Globalization and Sustainable development, Granada, Mass tourism, Tourist and cultural management, Urban transformation

1. INTRODUCCIÓN

Actualmente, es cada vez más frecuente encontrar referencias y noticias que hablen de los efectos del turismo en el desarrollo local, ya que aunque en los últimos años el turismo se ha convertido en un importante motor para el desarrollo económico de determinadas áreas geográficas, la sorprendente evolución que ha experimentado en algunos destinos patrimoniales, está provocando que se cuestione si las estrategias y planteamientos en la gestión y planificación turística están siendo las adecuadas para conseguir un equilibrio entre la comunidad residente y los visitantes.

Aun pudiéndose afirmar que el sector turístico ha sabido satisfacer y adaptarse a las demandas del constante flujo y movimiento de personas que lo hacen posible, sin embargo, está generando graves problemas en las áreas geográficas saturadas por la demanda. Es por ello, que en los últimos años, en el ámbito del turismo cultural² tanto desde el punto de vista de la oferta como a nivel de la demanda, se están poniendo de manifiesto nuevas necesidades que suponen adoptar nuevas estrategias y planteamientos en la gestión de destinos declarados Patrimonio de la Humanidad por la UNESCO (Mondéjar y Gómez, 2009: 9-10). Dentro de éste marco, el turismo cultural se ha convertido en un fenómeno de especial interés y una magnífica oportunidad de desarrollo en ciudades con amplios recursos patrimoniales y culturales.

En España, desde mediados de la década de los ochenta del siglo pasado, se ha realizado un considerable esfuerzo en la adecuación de los recursos culturales y de los destinos patrimoniales como productos turísticos. Para ello, se han utilizado diferentes vías: la urbanística (planeamiento general y planeamiento especial), la patrimonial (declaración del BIC y actuaciones de conservación y recuperación de hitos monumentales) y la turística [...]. En éste sentido, han tenido un papel destacado tanto los consorcios de algunas ciudades, como algunos patronatos (Troitiño y Troitiño, 2009: 18). Sin embargo, aunque el esfuerzo realizado hasta el momento ha sido importante, aún existe un largo camino por recorrer en la adecuación de elementos y destinos patrimoniales para la visita turística, así como para lograr una mayor coordinación entre la oferta turística y la cultural, donde la progresiva inserción del patrimonio en el turismo explique el despegue turístico de ciudades históricas como Granada (García y Moreno, 2017: 325).

La planificación sostenible de un espacio turístico³ debe integrar lo natural, económico y social, con la perspectiva puesta en la rentabilidad a largo plazo, y con el objetivo de controlar las repercusiones negativas de la actividad turística. No puede existir una planificación turística racional cuando la pretensión es maximizar beneficios, buscar el corto plazo, porque incrementa

² En las últimas décadas, el vínculo entre cultura y turismo se ha identificado más explícitamente como una forma específica de consumo: el turismo cultural (Richards, 2018: 12).

³ El turismo sostenible es aquel que es soportable ecológicamente a largo plazo, viable económicamente y equitativo desde una perspectiva ética y social para las comunidades locales. La actividad turística debe considerar los efectos que induce sobre el patrimonio cultural y la identidad de la sociedad receptora (Llull, 2001:82).

los riesgos tanto sobre el espacio como sobre la misma actividad. Se considera el turismo sostenible como una alternativa responsable de desarrollo económico, ambiental y socio-cultural, que hace uso de los recursos (naturales, patrimoniales y socio-culturales) sin que estos se vean afectados para las futuras generaciones, que busca involucrar como actores principales del desarrollo a las comunidades, ciudades, pueblos, sitios o localidades que acogen este modelo (Alcívar y Bravo, 2017: 35).

En este sentido, la actividad turística constituye uno de los principales reflejos de la globalización económica y simbólica verificada entre las diversas localidades, interponiendo tradiciones y herencias específicas en zonas de permanente contacto y constante interacción. Como fenómeno social, el turismo legitima la conexión local-global promoviendo la interacción entre las culturas y contribuyendo en los procesos de hibridación, asimilación y traducción cultural (Diniz y Moquete, 2011: 445).

2. EL SECTOR TURÍSTICO COMO MOTOR DE DESARROLLO LOCAL: PLANIFICACIÓN, GESTIÓN Y ORDENACIÓN DE LAS CIUDADES PATRIMONIALES

2.1. La influencia del turismo en el desarrollo urbano y local de un territorio

Son múltiples los estudios realizados en las últimas décadas, que consideran que el fenómeno turístico y su imparable desarrollo económico local⁴, ha sido el patrón común que se ha venido produciendo en distintas partes del mundo (Llull, 2001; Diniz y Moquete, 2011; Rivas y Magadán, 2012; Alcívar y Bravo, 2017; y, Díaz, 2017, entre otros), con el propósito de estimular la actividad productiva y generar empleo. La planificación y gestión del desarrollo turístico, no es posible si no se conocen y toman en consideración las actitudes de la población local. En este sentido, para que los residentes se involucren en las políticas turísticas, es necesario que tengan una actitud favorable hacia el turismo (Mendoza et al., 2013: 4), ya que adecuadamente canalizado puede contribuir a la modernización del territorio y a su revitalización económica. Por estas razones, los gobiernos locales, regionales y nacionales persiguen el desarrollo del turismo, aunque éste también implique costes, ya que un flujo excesivo puede producir efectos secundarios en perjuicio de la comunidad de acogida (Troitiño, 2000: 38).

Considerando que el producto turístico abarca una serie de elementos necesarios para la atención de las expectativas de consumo de los visitantes (atractivos, accesibilidad, equipamientos y servicios) al apropiarse de los territorios, la actividad turística se convierte en uno de los principales agentes intervinientes de la dinámica de las relaciones sociales previamente establecidas, engendrando un proceso dialéctico de producción de nuevas territorialidades (Diniz et al., 2011: 442).

La planificación del uso público debe orientarse a facilitar el disfrute del público visitante, transmitiendo los valores del espacio protegido mediante su promoción, garantizando su conservación y proporcionando la seguridad requerida (Antón y González, 2005: 173).

⁴ El desarrollo económico local es entendido como un proceso de crecimiento económico y cambio estructural que mejora el nivel de bienestar de una localidad o región (Díaz, 2017:334).

La preservación de los valores territoriales, el desarrollo turístico y los intereses de la población local, son criterios en muchas ocasiones incompatibles con obsoletos planteamientos de crecimiento económico, urbanístico y de desarticulación territorial, que sólo buscan la rentabilidad particular, en detrimento del bienestar común. Además, la actividad turística también presenta signos de desaceleración debido a que la llegada de turistas es fluctuante y los hábitos, en cuanto al componente de gasto y los días de estancia varían de forma notable [...]. Esto hace que el turista se vea influido por un proceso globalizador mundial, que a su vez es un factor primordial en la “crisis” de identidades locales que sufrimos hoy en día, y que favorece el despliegue de una cultura homogeneizadora potenciada por una industria empeñada en crear bienes susceptibles de ser consumidos en cualquier lugar del planeta (Martínez y Rodríguez, 2010: 48-49.) La creciente globalización y el aumento de las posibilidades socioeconómicas para el uso del tiempo libre han creado un gran interés por el patrimonio cultural y natural (Ferrari et al., 2009).

En este sentido, el marketing urbano como filosofía de gestión urbana viene a ser una efectiva herramienta de gestión local en el diseño de estrategias de desarrollo de los sectores que en ella confluyen, muy en particular, con énfasis en el desarrollo del sector turístico en cualquier espacio urbano (López y Hernández, 2017: 230-231). Así pues, cuando las funciones y atributos urbanos se convierten en atractivos turísticos de ciudades históricas, éstas sufren transformaciones socio-territoriales que apoyadas en su oferta patrimonial suscitan un gran interés turístico.

2.2. El impacto de la globalización en el turismo: planificación y gestión de destinos turísticos

La globalización es un proceso que se ha dado de manera natural como resultado del desarrollo histórico del capitalismo al incrementarse la apertura y liberalización de los mercados a nivel mundial, así como por el impacto de los avances tecnológicos en las comunicaciones, medios de transporte y las comunicaciones electrónicas vía Internet. Asimismo, este fenómeno incluye actividades económicas, sociales, culturales, laborales y ambientales (Cruz, 2001: 39). La facilidad de comunicación y conocimiento originada por el fenómeno de Internet y las distintas aplicaciones y sistemas informáticos, así como la accesibilidad para la movilidad de personas y recursos son los atributos de tan emergente desarrollo evolutivo del sector turístico.

En 2003, la Comisión Europea realizó un estudio sobre el impacto del comercio electrónico en el sector turístico, destacando que este sector ha sido pionero en la adopción y desarrollo de las nuevas tecnologías de la información y comunicación. Internet proporciona a todos los agentes que intervienen en las relaciones comerciales nuevas formas de llegar a los usuarios y de ser conocidos por estos. No obstante, el aprovechamiento de las oportunidades proporcionadas por Internet no es automático, sino que requiere definir una estrategia de marketing relativa a la estructura y organización de los canales de distribución, así como el diseño de una estrategia de comunicación adecuada (Simó y Ruiz, 2003: 77).

Así pues, las tecnologías de la información y la comunicación han contribuido al crecimiento masivo del turismo y al aumento del volumen de la oferta y la demanda, ya que son uno de los elementos clave de la disciplina turística, el instrumento para la comercialización, la distribución y las funciones de ajuste de las empresas turísticas a la vez que permiten a los consumidores optimizar el valor de su dinero y tiempo cuando viajan. Las

TIC se utilizan para facilitar y gestionar la expansión de las empresas turísticas y los destinos a escala mundial. En resumen, las empresas turísticas pueden aumentar su rendimiento y competitividad mediante la utilización de las avanzadas tecnologías de la información y la comunicación (Ruiz y Hernández, 2017: 72), mejorando y ampliando sus servicios.

3. LA PROTECCIÓN Y EVOLUCIÓN DE LAS CIUDADES HISTÓRICO-TURÍSTICAS: LOS CENTROS HISTÓRICOS COMO DESTINOS TURÍSTICOS

3.1. Gestión de los recursos turísticos desde la perspectiva de la conservación y protección del patrimonio

Las ciudades históricas⁵ son uno de los destinos turísticos más antiguos de España. Granada, Córdoba o Toledo empiezan a recibir visitantes en el marco del Romanticismo y son ciudades reiteradamente citadas en libros de viaje y guías turísticas del siglo XIX. En función de su estrecha asociación con el patrimonio histórico son objeto de atención preferente en las primeras etapas de la política turística nacional e incluso son destinos populares durante la eclosión del turismo de masas vinculado a las playas del Mediterráneo. No obstante, el turismo nunca fue un tema relevante en la agenda política local. Los turistas llegaban y afectaban la vida de la ciudad, pero el turismo no formaba parte de las preocupaciones del gobierno local en su doble dimensión política y técnica. Esta situación cambia radicalmente en los años noventa del siglo XX, cuando se conforma una política turística de ámbito local cuyos rasgos centrales persisten hasta la actualidad (Calle y García, 2016: 691-692).

Por este motivo, la gestión de la ciudad histórica representa un tema relevante de estudio desde distintas disciplinas tales como el turismo, la conservación del patrimonio, el urbanismo y la antropología (Barrera-Hernández y Hernández-Escampa, 2016: 705).

En la última década, una nueva relación entre turismo y patrimonio, en términos económicos y culturales, ha sido recientemente cartografiada por Néstor García Canclini. Por un lado, expone la visión del *tradicionalismo* y por otra, la visión *utilitarista*. La primera, ve las transformaciones como amenaza dónde los turistas culminarían los procesos de masificación, mercantilización y frivolidad del patrimonio histórico [...]. Según ésta teoría, lo mejor es mantener alejados los bienes culturales de las prácticas turísticas. La segunda visión se plantea cómo oponerse al turismo si genera riqueza y empleo, atrae inversiones que revitalizan ciudades y pueblos aislados en playas o montañas, e impulsa la protección artesanal e industria local. Así pues, el turismo sería una de las manifestaciones más productivas y atrayentes de la vida cultural, un modo de dar a conocer el patrimonio histórico y artístico, obtener fondos para su mantenimiento y promover económica y simbólicamente cada nación [...]. Según Santos M. Mateos (2008) si la balanza se decanta del lado de la segunda visión, estaremos en condiciones de ofrecer un mejor futuro a nuestros recursos patrimoniales (pp. 22-23).

⁵ Son aquellas ciudades donde el patrimonio cultural constituye el núcleo de su identidad urbana.

Siguiendo esta visión *utilitarista*⁶ del turismo y el patrimonio, la importancia de los centros históricos radica en su capacidad de generar fuentes de empleo, impactar positivamente en el turismo, la cultura y múltiples beneficios sociales, apreciándose el desarrollo territorial como una alternativa para alcanzar un desarrollo integral de estos espacios (Ramos y Terrazas, 2017). Según este punto de vista, si el incremento del número de visitantes se considera *a priori* positivo, los discursos dominantes tienden a llamar la atención sobre los aspectos negativos del desarrollo turístico en las comunidades locales y en las cualidades intrínsecas del patrimonio (Bourdeau et al., 2017: 2).

La importancia del turismo en distintas ciudades históricas donde existe potencial de crecimiento, sitúa a Granada, a la cabeza de los destinos culturales y de patrimonio. Su importancia turística se justifica por sus legados culturales: islámico, renacentista y barroco, y las ventajas que aportan su proximidad a la costa, las estaciones de nieve de Sierra Nevada y la variedad de sus funciones urbanas dentro de la jerarquía de ciudades españolas (Zárate, 2016: 711).

Conocer el patrimonio arquitectónico o cultural del lugar, recorrer los ámbitos de vida cotidiana al tiempo que se disfruta de servicios sofisticados, introducirse en el conocimiento de su historia o realizar prácticas cotidianas junto con los habitantes, se encuentran entre las actividades que los turistas realizan y valoran como satisfactorias en relación a sus expectativas. Las ciudades, que concentran condiciones ideales para estas prácticas, se convierten en destinos turísticos de primer orden (Bertoncello y Troncoso, 2014: 7).

Sin embargo, especialmente en la ciudad histórica, su fragilidad, su complejidad funcional y la variedad de actores e iniciativas que afectan a la actividad turística explican que no sea nada fácil dotarse de infraestructura de gestión unitaria y que en su lugar convivan diversas entidades de forma más o menos coordinada según el caso (Barrera-Hernández y Hernández-Escampa, 2016: 707).

Por ello, es necesario gestionar el turismo desde la perspectiva de la conservación y protección del patrimonio, desde el reconocimiento de la importancia del patrimonio como motor de desarrollo local, y desde la necesidad de crear productos turísticos responsables que sean respetuosos con sus valores naturales, culturales y sociales (Viñals et al., 2017: 13). El crecimiento competitivo de los destinos turísticos debe basarse en los principios de especialización y diferenciación a través de procesos de planificación estratégica que se adapten a la fase de desarrollo en la que se encuentre cada destino, pues las necesidades son distintas según se trate de destinos emergentes, en crecimiento o maduros. Es aquí donde juega un papel esencial el determinar aquello que nos distingue y nos diferencia de la competencia, lo que se traduce en buscar las ventajas competitivas de cada destino (Chaos et al., 2019: 294).

El desafío no es otro que saber aprovechar las oportunidades que el turismo les brinda para poner en movimiento, de forma responsable, sus recursos y contribuir a configurar nuevos modelos de desarrollo (Troitiño, 2007: 228). Es por eso que para gestionar la ciudad histórico-turística de manera global, se ha de profundizar en el impacto que la política urbana ejerce en dicho proceso, teniendo en cuenta que la política urbanística engloba todos aquellos instrumentos que inciden en la gestión urbanística de la ciudad, tales como planes urbanísticos generales, planes con contenido de protección patrimonial, planes maestros, ordenanzas y planes sectoriales como los de infraestructuras, movilidad, usos o equipamientos, entre otros.

⁶ División realizada por Néstor García Canclini.

De esta manera, la política urbanística se encarga de manera directa de varios aspectos que inciden en el uso turístico, destacando la gestión de la concentración excesiva de visitantes tanto espacial como temporalmente y la sobreexplotación de unos pocos bienes patrimoniales junto con el abandono del resto (Barrera-Hernández y Hernández-Escampa, 2016: 708).

4. FENÓMENOS SOCIALES ORIGINADOS EN LA CIUDAD HISTÓRICA POR EL TURISMO DE MASAS: LA GENTRIFICACIÓN Y LA TURISMOFOBIA

Tal y como señalan Crespi-Vallbona y Mascarilla-Miró (2018), si partimos de la base de que las ciudades son dinámicas y son conflicto por definición (p. 166), un factor ineludible en cualquier modelo turístico que quiera ser sostenible es el control sustancial del nuevo recurso por parte de la población local a través de sus estructuras organizativas y/o instituciones de ámbito municipal (Gascón, 2016: 35), ya que para configurar destinos patrimoniales sostenibles se necesitan, más allá de la voluntad científica y del compromiso social, mecanismos de cooperación efectivos entre los sectores y agentes implicados, así como de una gestión activa y responsable del patrimonio, imprescindible para su conservación (Troitiño y Troitiño, 2018: 231-214).

Es cierto que el uso del patrimonio histórico asociado al turismo como activador de un proceso gentrificador puede llegar a ser conflictivo con la imagen de lo que se desea por parte del planificador y las demandas de servicios de los habitantes del lugar ya sean recién llegados o antiguos residentes. El exceso por asumir una cierta imagen de renovación apoyada en el factor patrimonial deviene incluso contraproducente cuando las demandas de los residentes son puestas en cuestión y olvidadas por el consumo abusivo del espacio por parte de visitantes y turista (Checa-Artasu, 2011: 14). En la última década, en España el tema de la gentrificación está conectada con la extensión de ciertos procesos de cambio urbano a escala global [...] (Duque, 2016: 14).

Las ciudades de turismo histórico, son las que tendrán mayor relevancia para correlacionar turismo y gentrificación (Hiernaux e Imelda, 2014: 57). Tal y como reflexiona MacCannell⁷, uno de los pioneros en investigar al turista como persona, en el ámbito turístico se deja de asumir que la preferencia debe ser acorde al lugar, para valorizar las prácticas turísticas como prácticas socio-espaciales específicas. Según Hiernaux e Imelda (2014) es mediante una perspectiva de este tipo, que se puede analizar de forma más certera la relación entre el turismo urbano y gentrificación. Así pues, la gentrificación producida por el turismo no es solamente un cambio en las actividades o los residentes sino también, la producción de un conjunto de interacciones entre turistas y residentes permanentes que opera no sólo en el plano material sino también y quizás sobre todo, en el plano simbólico (p. 58).

En este sentido, la revalorización cultural de las ciudades históricas las ha convertido, en mayor o menor medida, en focos de atracción turística, y su patrimonio, impulsado por el turismo, ha dejado de ser una carga para convertirse en un importante activo económico.

⁷ En su obra publicada en 2003: *El turista. Una nueva teoría de la clase ociosa*.

También hay que ser conscientes de que el turismo, como cualquier otra actividad humana, genera cambios funcionales y sociales, oportunidades, riesgos e impactos, que es necesario conocer y analizar, porque la presión producida por los visitantes, el incremento del tráfico, el aumento de los lugares de ocio o dedicados a la hostelería y la restauración, una vez superados determinados niveles, pueden resultar problemáticos y acabar por ser negativos para el destino turístico (Troitiño y Troitiño, 2016).

5. METODOLOGÍA

5.1. Objeto de estudio

Con el objetivo de analizar y comprender las causas y efectos que la presión del turismo de masas provoca en el tejido social y urbano de las ciudades históricas, tomaremos como estudio de caso la ciudad de Granada, siendo extensible este estudio a otras ciudades con una fuerte presión turística, como es el caso de Barcelona. Según el artículo de Guadalupe S. Maldonado, el porcentaje de viajeros medio anuales sobre la población residente es del 11,7%, frente a la media del 7,4%. Por otro lado, Exceltur⁹, establece en su último informe un indicador que pone en relación el número de turistas medios anuales con la población residente de las 15 principales ciudades turísticas españolas. Y la conclusión es que Granada, con una presión turística¹⁰ diaria del 11,7%, es el destino urbano más masificado de toda España, superando incluso los datos de Barcelona (11,1%), la capital donde se están viviendo los episodios más evidentes de turismofobia.

El nivel de presión que sufre Granada está muy por encima de la media de los grandes destinos nacionales, donde el porcentaje de turistas sobre la población es del 7,4%. Esta ratio se ha elaborado a partir de los datos de la Encuesta de Ocupación Hotelera del Instituto Nacional de Estadística, pero también con la información de las principales plataformas P2P (*peertopeer*)¹¹ que se dedican a la comercialización de viviendas de uso turístico, regladas o no. La presión de Granada supera en 4,3 puntos la media de los destinos, dejando muy atrás a los otros tres destinos turísticos andaluces incluidos en el estudio: Málaga, que cuenta con una presión turística del 8%; Sevilla, que está por debajo de la media con un 7,1%; y Córdoba, que apenas registra una presión turística diaria del 3,7%.

Por tanto, es necesario asumir que la capacidad de acogida turística de los destinos patrimoniales es limitada y que nos encontramos frente al reto de adecuar los destinos patrimoniales para que, conservando sus valores y singularidades, aspectos claves del atractivo y la sostenibilidad, la función turística se integre armoniosamente y se convierta en una aliada de su recuperación y genere actividad económica en sus entornos [...]. Las cuestiones de la capacidad de acogida tienen dimensiones territoriales o urbanísticas que no se pueden obviar, ni circunscribir estrictamente al ámbito patrimonial protegido o a su entorno más inmediato. En

⁸ “Granada es ya el destino con mayor presión turística de toda España” en Granada Hoy, Granada, 11 de febrero de 2018 [Consulta realizada el 15 de junio de 2018].

⁹ El *lobby* para la excelencia turística española.

¹⁰ Es el ratio de viajeros en relación con la población residente y la superficie urbana de un determinado destino.

¹¹ Es una de las grandes tendencias globales que está transformando el modo de viajar y de consumir, es el caso del transporte por carretera, el alojamiento, experiencias en los destinos, la restauración, prácticamente todos los sectores de la industria turística, excepto la industria de la aviación comercial. Es el llamado “consumo colaborativo” (Terrazas, 2015).

los destinos patrimoniales, frente a modelos masivos, cada día más cuestionados, es más necesario apostar por estrategias orientadas a cualificar la visita y la experiencia enriquecedora en el patrimonio. La fijación de límites de tolerancia para la afluencia de visitantes, ajustados a las características de los destinos, es un tema al que los planes de gestión de los sitios deberían prestar más atención, en el marco de adecuadas interpretaciones de las complejas relaciones y complicidades entre los lugares y los visitantes. (Troitiño, 2007: 228).

Por estas y otras numerosas razones, se debe otorgar al sector turístico un tratamiento profundo y extenso a través de la realización de un estudio pormenorizado de sus características intrínsecas para poder establecer una serie de programas y mecanismos que nos permitan planificar y gestionar este sector de manera que genere una verdadera oportunidad para el desarrollo sostenible de las áreas geográficas donde se produce y de las personas que en ellas habitan (López y Curiel, 2010: 111).

5.2. Contexto histórico

La provincia de Granada se encuentra situada en Andalucía (España). En el siglo XI fue la capital del reino Zirí y entre los siglos XIII y XV del reino Nazarí. Tras la toma de la ciudad por los Reyes Católicos, se mantuvo como capital del reino castellano. Granada constituye un núcleo receptor de turismo, debido a sus monumentos y a la cercanía de la estación de esquí de Sierra Nevada, así como a la zona histórica de las Alpujarras y a la costa tropical granadina. De entre sus construcciones históricas y de mayor atracción turística, destaca la Alhambra como uno de los monumentos más importantes del territorio español, declarada Patrimonio de la Humanidad por la Unesco en 1984, junto con el Generalife y el Albaicín¹². Su centro histórico y todos los monumentos con reminiscencias islámicas presentan una fuerte demanda cultural, atrayendo cada año a miles de turistas tanto a nivel nacional como internacional.

5.3. Justificación metodológica

Este estudio analiza los flujos turísticos en el patrimonio cultural del centro histórico de la ciudad de Granada a partir de datos obtenidos estadísticamente por la afluencia diaria de visitantes al Palacio de la Madraza, siendo este uno de los monumentos históricos más representativos del centro de la ciudad. Su estudio nos parece relevante ya que tras varios años cerrado a visita pública para su puesta en valor, se incorpora al circuito turístico consolidado del centro histórico, permitiéndonos recabar datos sobre los flujos diarios de visita para poder analizarlos en profundidad.

El marco temporal sometido a estudio es el comprendido entre enero de 2014 y Diciembre de 2019, analizando los datos tanto en los marcos temporales mensuales como diarios. Estos datos estadísticos se han analizado siguiendo una metodología de tipo cuantitativo, que nos permite medir el impacto de la actividad turística sobre los bienes patrimoniales, y cómo estos flujos de visitantes y su comportamiento como consumidores culturales influyen sobre el desarrollo del patrimonio histórico y su conservación preventiva.

5.4. Análisis e interpretación de los datos

De los datos recopilados se analizará la estacionalidad en la demanda turística y las tendencias del flujo de visitantes, afectando la estacionalidad a zonas con una mayor presión turística.

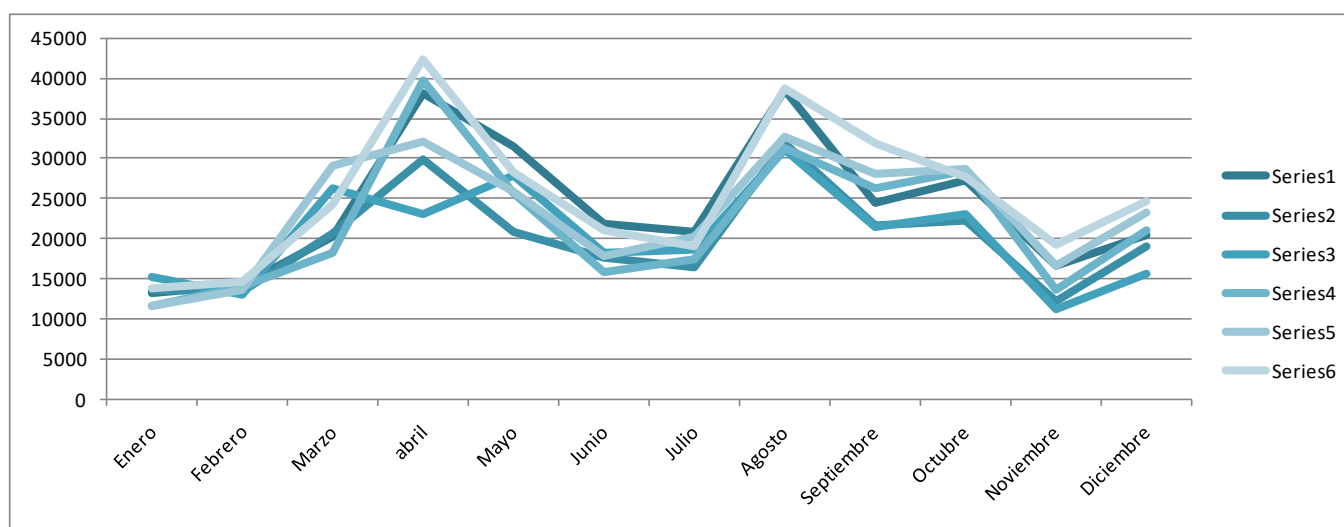
¹² Fuente: *Wikipedia* <<https://es.wikipedia.org/wiki/Granada>> [Consultado: 22 de junio de 2019].

Tabla 1. Evolución de los visitantes Palacio de la Madraza (Granada)

	Enero	Febrero	Marzo	abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
2014	13272	14160	20120	38202	31406	21734	20764	38464	24452	27232	16516	20400
2015	13600	13440	20654	29816	20722	17690	16460	31980	21554	22170	12104	18994
2016	15288	12918	26272	23110	27774	18202	18680	31148	21484	23130	11242	15500
2017	11504	14028	18180	39658	25644	15804	17302	31218	26350	28482	13560	20942
2018	11656	13606	29148	32186	25772	17886	20172	32628	28084	28594	16687	23306
2019	13862	14664	24256	42340	28236	21000	19000	38662	31946	27746	19300	24602

Gráfica 1. Eje de ordenadas: Evolución de los visitantes Palacio de la Madraza (Granada)

Flujo de visitantes por mes / Eje de coordenadas: distribución por meses



Fuente: elaboración propia

De los resultados de la gráfica 1, se desprende una coincidencia en las tendencias anuales, formándose dos puntos de máxima intensidad, o presión turística, coincidiendo cada año con los meses de abril, mayo, agosto y septiembre. Del mismo modo, se aprecian zonas de baja presión de visitantes correspondiendo con los meses de enero, febrero, junio, julio y noviembre.

Esta estacionalidad, presenta sus matices cuando el análisis se desglosa mensual y semanalmente, así como cuando se comprueban los datos de visitantes diarios, siendo evidente que existe un patrón de comportamiento estacional fijo, el cual se ha visto levemente

modificado por circunstancias propias de la climatología o períodos festivos durante los últimos cinco años.

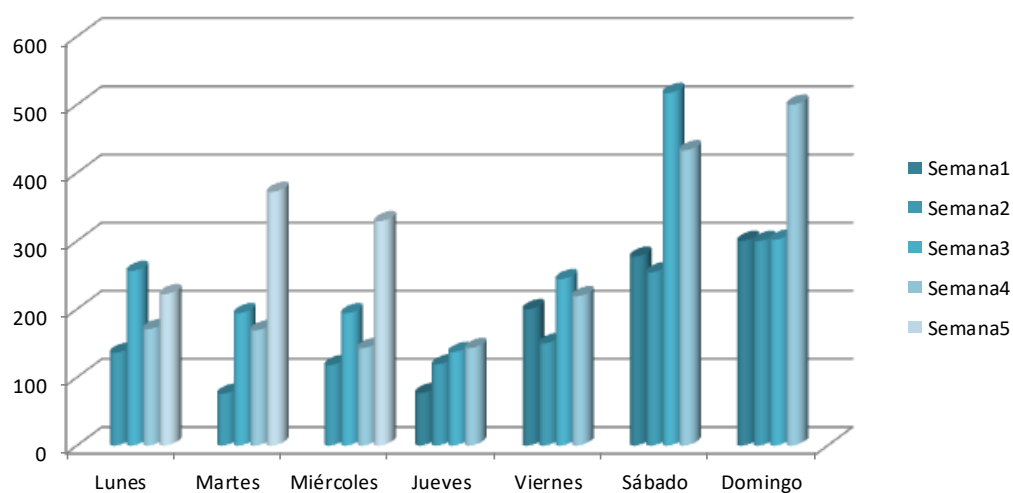
Si analizamos el flujo de visitantes durante una semana concreta, podemos deducir que la tendencia general es similar al resto de semanas, mostrando alteraciones significativas sólo en aquellas semanas con días festivos, por ejemplo, Semana Santa, o coincidiendo con períodos vacacionales.

Con el objetivo de medir la presión turística durante los días de la semana, se ha procedido a analizar los datos obtenidos durante el año 2019, datos que comparados con el periodo histórico analizado, del último lustro, no presentan variaciones¹³ significativas. Se ha tomado como muestra comparativa los datos diarios de meses con baja presión turística (gráfica 2 y 3, meses de febrero y junio) y meses con alta presión turística (gráfica 4 y 5 meses de abril y agosto).

Para la toma de decisiones de carácter turístico, urbano y social, es importante comprobar cómo se comporta la demanda turística durante los meses de menor y mayor afluencia.

En este primer caso, donde la presión turística durante los días de la semana es menor, se aprecia con claridad que la mayor concentración de visitantes se corresponde con los fines de semana, alterándose algunos días centrales de la semana al coincidir con festivos nacionales o autonómicos (Ejemplo: meses de febrero y junio de 2019).

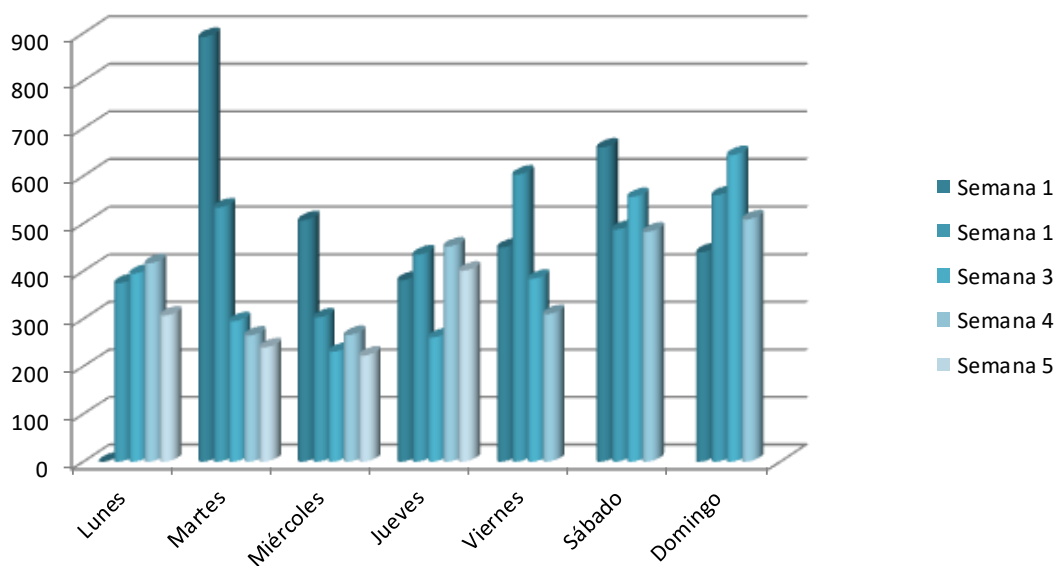
Gráfica 2. Eje de ordenadas: flujo de visitantes mes de Febrero de 2019 / Eje de coordenadas: distribución por meses



Fuente: elaboración propia

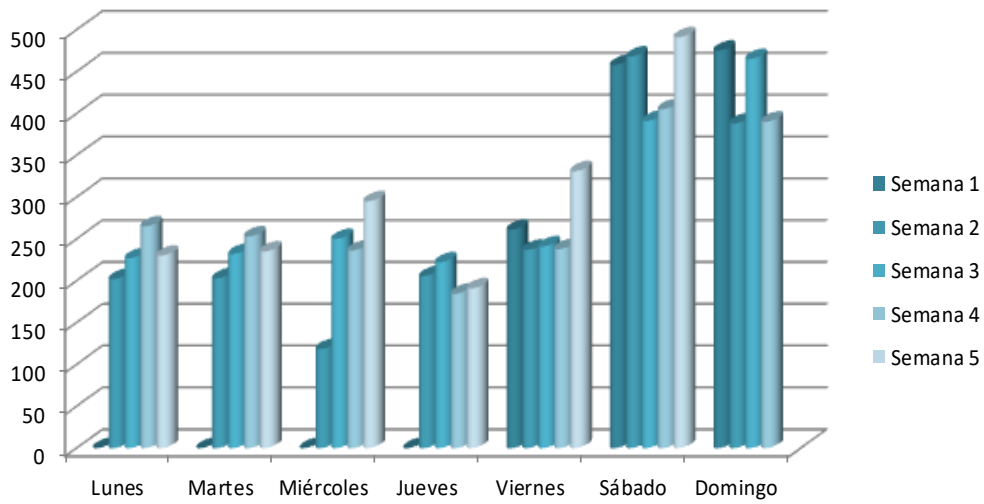
¹³ 2017.

Gráfica 3. Eje de ordenadas: flujo de visitantes mes de Mayo 2019 / Eje de coordenadas: distribución diaria por semana



Mayo 2019

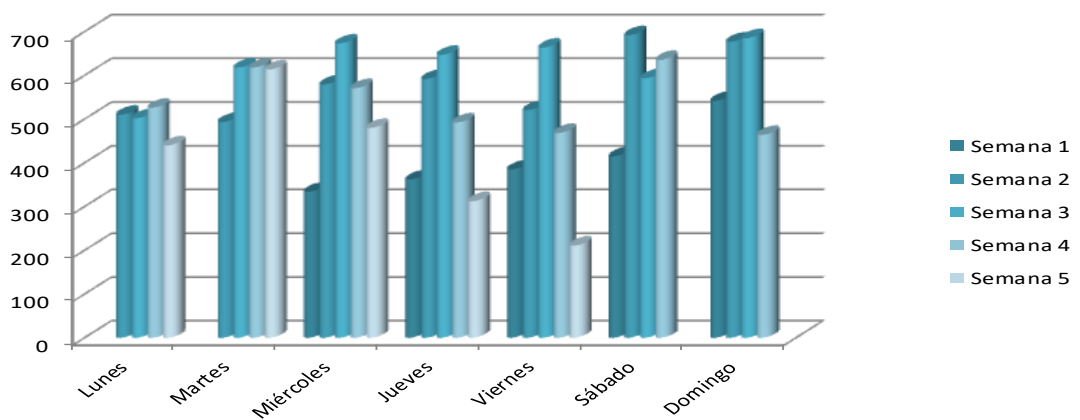
Gráfica 4. Eje de ordenadas: flujo de visitantes mes de Junio 2019 / Eje de coordenadas: distribución diaria por semana



Fuente: elaboración propia

Sin embargo, en los meses de mayor afluencia turística, la presión de los flujos turísticos se mantiene estable durante todo la semana existiendo pequeñas variaciones coincidiendo con los fines de semana (Ejemplo: meses de mayo y agosto de 2019).

Gráfica 5. Eje de ordenadas: flujo de visitantes mes de agosto 2019 / Eje de coordenadas: distribución diaria por semana.



Fuente: elaboración propia

Según los datos obtenidos de las gráficas anteriormente expuestas en relación al flujo de visitantes diarios, podemos concluir de manera general, que la presión de los flujos turísticos entre los meses de mayor y menor afluencia turística está claramente dividida entre días laborales y fines de semana. En este sentido, durante los meses de menor presión turística, el flujo de visitantes se concentra durante los fines de semana; mientras que en los meses de mayor presión turística el flujo de visitantes se mantiene estable durante todos los días de la semana.

Esta situación se repite anualmente de manera cíclica, observándose leves variaciones dependiendo de las condiciones climatológicas y las efemérides festivas locales, nacionales e internacionales.

Esta circunstancia tiene un importante impacto sobre la población residente y por ende en el desarrollo de la ciudad histórica. Así pues, los resultados obtenidos tras el análisis de estos datos determinan que tanto la estacionalidad como el número de visitantes (turista cultural), son variables fundamentales de la empleabilidad, la consolidación y desarrollo de los centros históricos de las ciudades patrimoniales.

5.5. Resultados: la importancia de la estacionalidad turística en la ciudad de Granada

Tras analizar e interpretar los datos obtenidos por los flujos de visitantes a bienes patrimoniales del centro histórico de Granada, podemos determinar que los desajustes temporales entre oferta y demanda, y la consiguiente sobre/baja utilización de la capacidad de acogida, es un patrón de comportamiento que ha venido condicionando el desarrollo de numerosos destinos turísticos. Problemas de rentabilidad, inestabilidad de empleo, saturación y masificación puntual, han hecho de la desestacionalización uno de los principales objetivos de la política turística de las diferentes administraciones.

Aspectos tales como la estacionalidad¹⁴, pueden tratarse técnicamente buscando soluciones específicas partiendo de combinaciones de segmentos turísticos que sean óptimas para una cierta asunción de riesgos, vinculados a una demanda-objetivo, y considerando cada segmento como una inversión (Rivas y Magadán, 2012: 49).

El factor de estacionalidad está siendo un indiscutible agente transformador de las ciudades patrimoniales, el turismo cultural y la presión turística están dando lugar a fenómenos como la gentrificación, la turismofobia o la turistificación¹⁵.

De los resultados obtenidos podemos extraer que en las zonas históricas con una fuerte presión turística, surgen conflictos en los espacios habitados por los residentes y las prácticas ejercidas por los turistas sobre los mismos espacios, expulsando de una manera cada vez más frecuente a los habitantes tradicionales de sus espacios de vida principalmente al coincidir sus periodos de ocio con los de mayor presión turística. En este sentido, Hiernaux e Imelda (2014) afirman que “el turismo es un proceso que modifica las formas de habitar la ciudad” (p. 58), donde el espacio en el que se da el proceso turístico es, sin lugar a duda, un espacio en vía de gentrificación, siendo sus principales protagonistas los habitantes residentes y los turistas.

¹⁴ El fenómeno de la estacionalidad turística viene explicado por una conjunción de factores de índole social, cultural y natural inherentes a las necesidades humanas en sus distintas manifestaciones dentro de la sociedad (Ramón y Abellán, 1995:48).

¹⁵ La turistificación, traducción literal del término francés *touristification*, designa el proceso y el resultado del desarrollo turístico planificado y voluntarista de un área urbana central patrimonial. Se trata de la apropiación a través del tiempo de una ciudad por el turismo (Navarrete, 2017: 64).

La importancia de gestionar la estacionalidad a través de políticas turísticas que mitiguen estos fenómenos sociales será de vital importancia para la regeneración urbana de los centros históricos, la supresión de conflictos sociales y para la consolidación de su población residente.

6. DISCUSIÓN Y CONCLUSIONES

Aun siendo innegable que el turismo es uno de los principales motores económicos y de desarrollo de los destinos donde se origina, es importante destacar que una sobre explotación, junto con la estacionalidad y un uso inapropiado del destino turístico, al saturarlo, producirá irremediamente una reducción de la calidad y pondrá en riesgo la conservación patrimonial, medioambiental y social, generando daños considerables al espacio territorial donde se produzcan.

La industria turística es una actividad económica que, como ninguna, interrelaciona recursos locales y externos y precisa para su buen fin de una planificación coordinada, que permita compatibilizar la generación de beneficios económicos con la protección de la sociedad, los valores culturales y preservación del medio ambiente.

De no ser sensible con estos ejes de actuación básicos, como ocurre en muchas ciudades carentes de una planificación urbanística y turística precisa, donde el desarrollo y crecimiento turístico se auspicia bajo el influjo únicamente de la poderosa industria turística, sin tener en cuenta los valores locales y las demandas de los residentes donde se implanta, generará rechazo social y efectos negativos para toda la sociedad en general. Esta situación se percibe claramente en los incidentes que se vienen produciendo en áreas urbanas de Granada y Jaén.

Es fundamental que la industria turística sea consciente de la necesidad de buscar el equilibrio en la obtención de resultados económicos sin romper el equilibrio del tejido urbano y social donde se implanta. Para ello ha de esforzarse en conseguir ser una actividad sostenible que perdure en el tiempo sin poner en riesgo el destino donde se desarrolla por la búsqueda de rápidos beneficios.

El papel de los organismos de gestión de las ciudades y entornos patrimoniales es imprescindible para contener y ordenar los impulsos de crecimiento de la industria turística, compatibilizando las demandas con las necesidades y quejas de la población residente. Debiendo disponer de una serie de instrumentos que permitiesen medir el impacto de la actividad turística sobre los bienes patrimoniales, y valorar cómo el turismo de masas está afectando al modelo turístico tradicional y al desarrollo local y sostenible de las ciudades.

Esta situación, y la actual presión social en contra de los movimientos turísticos, deben hacernos reflexionar sobre si se ha agotado o saturado el modelo turístico tradicional y si existe la necesidad de cuestionar los planes y procesos actuales de gestión.

Por este motivo, y dado el valor estratégico del turismo, se ha de reclamar más información y formación a todas las instituciones públicas para que sepan afrontar con seguridad y garantía las oportunidades que el sector turístico puede representar en la economía y en las ciudades donde actúa, evitando generar perjuicio para sus habitantes.

La esencia de la sostenibilidad reside en la conservación y protección de los recursos patrimoniales, y esto es fundamental para poder desarrollar turísticamente un destino a largo plazo (Viñals et al., 2017: 12).

Concluiremos que un turismo sostenible es aquel que en su dimensión social recoge las cuestiones que tienen que ver con el bienestar de la población local, la conservación del patrimonio cultural y la participación de la comunidad en el proceso de planificación y desarrollo turístico (Crespi-Vallbona y Mascarilla-Miró, 2018:168).

7. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Artículos de revistas.

- Alcívar, I.I. & Bravo, O.M. (2017). Turismo sostenible: una alternativa de desarrollo comunitario desde un componente cultural. *Espirales: Revista Multidisciplinaria de Investigación*. Ecuador: Grupo Compás, 9(1), 31-44.
- Barrera-Hernández, D. & Hernández-Escampa, M. (2016). El impacto de la política urbanística en la gestión de la ciudad histórico-turística: un estudio comparativo. *PASOS: Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*. Public Action and Tourism Policy, 14(1), 705-724.
- Bertoncello, R. & Troncoso, C. (2014). La ciudad como objeto de deseo turístico: renovación urbana, cultural y turismo en Buenos Aires y Salta (Argentina). *Gran Tour: Revista de Investigaciones Turísticas*. Universidad de Murcia: Escuela Universitaria de Turismo, 9, 4-26.
- Calle, M. D. & García, M. (2016). Políticas locales de turismo en ciudades históricas españolas. Génesis, evolución y situación actual. *PASOS: Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*. Public Action and Tourism Policy, 14(3), 691-704.
- Checa-Artasu, M. (2011). Gentrificación y cultura: algunas reflexiones. *Biblio 3W: Revista Bibliográfica de Geografía y Ciencias Sociales*. Universidad de Barcelona: Cuadernos Críticos de Geografía Humana, 16(914), 1-27.
- Cruz, E. (2001). Impacto de la globalización en el turismo. *Carta Económica Regional*. Guadalajara: INESER-Universidad de Guadalajara, 14(77), 39-45.
- Díaz, G. (2017). Turismo y desarrollo local. *PASOS: Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 15(2), 333-340.
- García, R. & Moreno, D. (2017). Patrimonio y turismo en la ciudad de Lorca: ¿Simbiosis sinérgica? *International Journal of Scientific Management and Tourism*, 3(2), 323-340.
- Hiernaux, D. & Imelda, C. (2014). Turismo y gentrificación: pistas teóricas sobre una articulación. *Scielo. Revista de Geografía Norte Grande*, 58, 55-70.
- López, D.E. & Hernández, A. (2017). Desarrollo local, marketing urbano y turismo. Un enfoque teórico para el desarrollo. *CICAG. Revista del Centro de Investigación de Ciencias Administrativas y Gerenciales*. Venezuela: Universidad Rafael Bellosó Chacín, 14(2), 221-242.
- Llull Gilet, A. (2001). Contabilidad medioambiental y desarrollo sostenible en el sector turístico. Tesis doctoral. Universitat de les Illes Balears. Departament d'Economia i Empresa.

- Navarrete, D. (2017). Turismo gentrificador en ciudades patrimoniales. Exclusión y transformaciones urbano-arquitectónicas del Patrimonio en Guanajuato, México. *Revista Invi*, 32(89), 61-83.
- Mendoza, M., Rodríguez, G. & Enciso, M. (2013). Actitud de la comunidad local como factor de éxito en un proyecto turístico. *CULTUR: Revista de Cultura e Turismo*, 7(1), 4-30.
- Mendoza, M., Rodríguez, G. & Enciso, M. (2013). Actitud de la comunidad local como factor de éxito en un proyecto turístico. *CULTUR: Revista de Cultura e Turismo*, 7(1), 4-30.
- Mondéjar, J.A. & Gómez, M.A. (coord.) (2009). Turismo cultural en ciudades Patrimonio de la Humanidad. Cuenca: Ediciones de la Universidad de Castilla-La Mancha.
- Ramón, A.B. & Abellán, M.J. (1995). Estacionalidad de la demanda turística. *Papers de turisme*. Generalitat Valenciana: Agència Valenciana del Turisme, 17, 47-73.
- Richards, G. (2018). Cultural Tourism: A review of recent research and trends. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 36, 12-21.
- Simó Andreu, L. & Ruiz Madé, C. (2004). La utilización de Internet en el sector turístico: el caso de España. *Papers de turisme*. Valencia: Agència Valenciana Del Turisme, 35, 77-80.
- Terrazas, A.R. (2015). Turismo p2p: Economía Colaborativa. *Boletín Científico de las Ciencias Económico Administrativas del ICEA*, 3(6).
- Troitiño, M.A. & Troitiño, L. (2009). Turismo cultural y destinos patrimoniales en España: situación actual y retos de futuro. En Juan Antonio Mondéjar & Miguel Ángel Gómez (coord.) Turismo cultural en ciudades Patrimonio de la Humanidad. Cuenca: Ediciones de la Universidad de Castilla-La Mancha, pp. 15-56.
- Viñals Blasco, M.J. (dir.), Mayor, M., Martínez Sanchís, I., Teruel, L., Alonso-Monasterio, P. & Morant, M. (2017). Turismo sostenible y patrimonio: Herramientas para la planificación y gestión. Valencia: Editorial Universitat Politècnica de València.

Libros.

- Antón, S. & González, F. (2005). Planificación territorial del turismo. Barcelona, UOC.
- Chaos, M. T., Arnaíz, M.A., Falls, D. & Sónora, B. (2019). El patrimonio urbano-arquitectónico: un atractivo turístico de los destinos patrimoniales. Ecuador: Uniandes *EPISTEME*, 6(2), 291-305.
- Crespi-Vallbona, M. & Mascarilla-Miró, O. (2018). La transformación y gentrificación turística del espacio urbano. El caso de la Barceloneta (Barcelona). *EURE*, 133(44), 165-184.
- Diniz, K. & Moquete, S. (2011). El turismo en la dinámica territorial ¿Lógica global, desarrollo local? Estudios y perspectivas en turismo. Centro de Investigaciones y Estudios Turísticos: Ciudad Autónoma de Buenos Aires, 20(2), 441-461.
- Duque, R. (2016). Procesos de gentrificación en cascos antiguos: el Albaicín de Granada. Madrid: Centro de Investigaciones Sociológicas.
- Ferrari, G., Mondéjar, J., Mondéjar, J.A. & Vargas, M. (coord.) (2009). Principales tendencias de investigación en turismo. Madrid: Septem Ediciones.

- Gascón, J. (2016). ¿El turismo sostenible es un gremlin? De la autogestión local a la gentrificación. *Ecología política*. Barcelona: Icaria Editorial, 52, 35-42.
- López, A. & Curiel, J. (2010). El turismo sostenible como dinamizador local. *Observatorio Medioambiental*, 13, 109-129.
- MacCannell, D. (2003). *El turista. Una nueva teoría de la clase ociosa*. Santa Cruz de Tenerife: Editorial Melusina.
- Martínez, F. & Rodríguez, G. (2010). *Nuevos retos para el turismo*. La Coruña: Netbiblo.
- Ramos, P. A. & Terrazas, A. R. (2017). Los centros históricos como espacios para el desarrollo territorial: nuevas propuestas desde un enfoque integral. *Boletín Científico de las Ciencias Económico Administrativas del ICEA*, 5(9).
- Ruiz, S. & Hernández, Y. (2017). Impacto de las TIC en el sector turístico y su importancia. *Universidad y Ciencia*, 6(3), 66-76.
- (2007). Estrategias sostenibles en destinos patrimoniales: de la promoción a la gestión integrada e innovadora. *estudios turísticos*, nº 172/173, 225-232.
- (2018). Visión global del Patrimonio y sostenibilidad del turismo. *Boletín de la Asociación de Geógrafos Españoles*, 78, 212-244.
- Zárate, M.A. (2016). Paisajes culturales urbanos, oportunidad para la conservación del patrimonio y el turismo sostenible. *Estudios Geográficos*, 77/281, 693-728.

Capítulos de Libros.

- Gravari-Barbas, M., Robinson, M. & Bourdeau, L. (2017). Tourism at World Heritage Sites: community ambivalence. En Laurent Bourdeau, María Gravari-Barbas & Mike Robinson (eds.) *World Heritage Sites and Tourism: Global and local relations*. London: Routledge, pp. 1-17.
- Mateos Rusillo, S. M. (2008). Hacia una comunicación global del patrimonio cultural, o cómo potenciar su uso fomentando su preservación. Santos M. Mateos Rusillo, (coord.) *La comunicación global del patrimonio cultural*. Gijón: Trea, pp. 20-50.
- Rivas, J. & Magadán, M. (2012). Planificación turística y desarrollo sostenible: impacto ambiental de las actividades económicas. Oviedo: Septem Ediciones, pp. 37-51.
- Troitiño, M.A. (2000). Las ciudades históricas como patrimonio cultural y recurso turístico. En Jose Enrique Bigné & Diego López (dirs.) *Planificación territorial y comercialización turística*. Castelló: Publicacions de la Universitat Jaume I, pp. 37-48.
- (2016). Planificación del turismo en ciudades históricas. En Moisés Simancas (coord.) *La planificación y gestión territorial del turismo*. Madrid: Editorial Síntesis, pp. 301-326.