



Javier Hernández-Ramírez

UNIVERSITAT DE SEVILLA

Doctor en Antropologia Social, professor titular de la Universitat de Sevilla i membre del Grup per a l'Estudi de les Identitats Socioculturals a Andalusia (GEISA). En les seves recerques recents ha analitzat

el turisme i el patrimoni cultural, abordant diferents camps temàtics, entre els quals es poden destacar els següents: paisatges turístics urbans, gestió patrimonial, governança, frontera, imatge, rutes i itineraris culturals.



Saida Palou Rubio

INSTITUT CATALÀ DE RECERCA EN PATRIMONI CULTURAL

Doctora en Antropologia Social per la Universitat de Barcelona. És investigadora a l'Institut Català de Recerca en Patrimoni Cultural (Grup de Recerca en Patrimoni Cultural de Catalunya GRPR 2017, SGR 00835 i CERCA

Programme, de la Generalitat de Catalunya) i professora associada a la Universitat de Girona. Les seves línies de recerca són la història política i social del turisme a Barcelona i els usos del patrimoni cultural en contextos turístics.

Pandèmia i tendències turístiques

Reflexions en clau global i local

Introducció

Al llarg de la història, el turisme s'ha desenvolupat en el marc de lògiques politicoeconòmiques, socioculturals i geoespaciales concretes i com a producte de connexions locals i globals canviants. El turisme modern que es va esdevenir a començaments del segle xx va sorgir com a fruit de la civilització industrial, fet que va

donar lloc a la creació de noves pràctiques de distinció social i va posar en circulació nous capitals culturals (Boyer, 2002). Ja a l'Europa finisecular s'havia posat en voga un turisme de salut arran de les teories higienistes, segons les quals l'individu s'havia d'allunyar dels centres industrials i els focus d'infecció a fi de sanear-se. El pretext de la salut va induir a una mobilitat socioespacial important, alhora que va propiciar que el lleure es convertís en una de les principals monedes de canvi de les societats capitalistes

Paraules clau: pandèmia, tendències turístiques, turisme domèstic, paisatge

Palabras clave: pandemia, tendencias turísticas, turismo doméstico, paisaje

Key words: pandemic, tourist trends, domestic tourism, landscape



El turisme en entorn naturals ha crescut amb força a partir del moment que s'ha permès el desplaçament per motius d'oci. Imatge de la plaça del monestir i les muntanyes de Montserrat. PIXABAY.COM

i modernes. En aquells moments, el lleure i la salut es van imbricar en un nou model turístic en què la figura del metge actuava com a prescriptor turístic (Puigvert, 2018). Actualment, més d'un segle després d'aquells inicis, el lleure continua sent un valor relacionat amb la presentació social de la persona (Bourdieu, 2010) i el turisme ha penetrat en la majoria de les esferes de les societats, tant si són emissores com receptores de turisme o totes dues coses alhora, com la nostra.

Tanmateix, en la història el fenomen del turisme no havia estat mai tan radicalment lligat i condicionat per qüestions de salut. La pandèmia de la Covid-19 ha comportat un gir ontològic en el camp del turisme, ja que les seves categories i lògiques s'han transformat i s'han fet més complicades, de manera que calen noves formes de comprensió i gestió.

En aquest article breu, proposem una reflexió sobre el canvi de paradigma turístic internacional i els reptes que implica per a la comprensió i l'estudi antropològic. Així mateix, hi introduïm algunes dades sobre el turisme a Catalunya a fi d'il·lustrar els canvis que s'estan produint; en concret, ho fem a partir de dos capítols breus que hem titulat "Recuperar Barcelona" i "Descobrir Catalunya". Som conscients que aquest text no inclou la quantitat ingent de conceptes, dades i plantejaments sobre el turisme i la pandèmia que s'estan debatent en l'actualitat. L'escrivim amb la voluntat de fer una

aportació més en aquest camp, sense perdre de vista que mentre el redactem continuem immersos en la pandèmia i en la situació de col·lapse: reflexionem sobre la reorganització del sistema mentre està en curs (Lew et al., 2020).

La Covid-19 impacta en la línia de flotació del turisme

L'expansió de la Covid-19 ha torpedinat les bases del turisme. Segons diferents anàlisis, la pandèmia representa la crisi més greu que ha viscut l'activitat des del final de la Segona Guerra Mundial, etapa en què, com se sap, va començar el turisme de masses i es va expandir a escala planetària (Cañada i Murray, 2021). Aquesta dinàmica ascendent es va aturar bruscament a finals del 2019, quan es va detectar el virus a la ciutat xinesa de Wuhan.¹ Des d'aleshores, els moviments de persones s'han reduït radicalment, un fet que ha assolat les destinacions turístiques i ha colpejat tot el sector.

Aquest fre imprevist s'aprecia clarament al gràfic 1, que mostra que el 2020 la caiguda de turistes internacionals i d'ingressos per turisme va ser espectacular, ja que va suposar un descens del 73% dels viatgers internacionals i del 64% de la despesa turística respecte a l'any anterior (UNWTO, 2021).

El gràfic evidencia que el virus ha impactat en la mateixa línia de flotació de l'activitat, ja que ha afectat dràsticament les condicions que són imprescindibles per al desenvolupa-

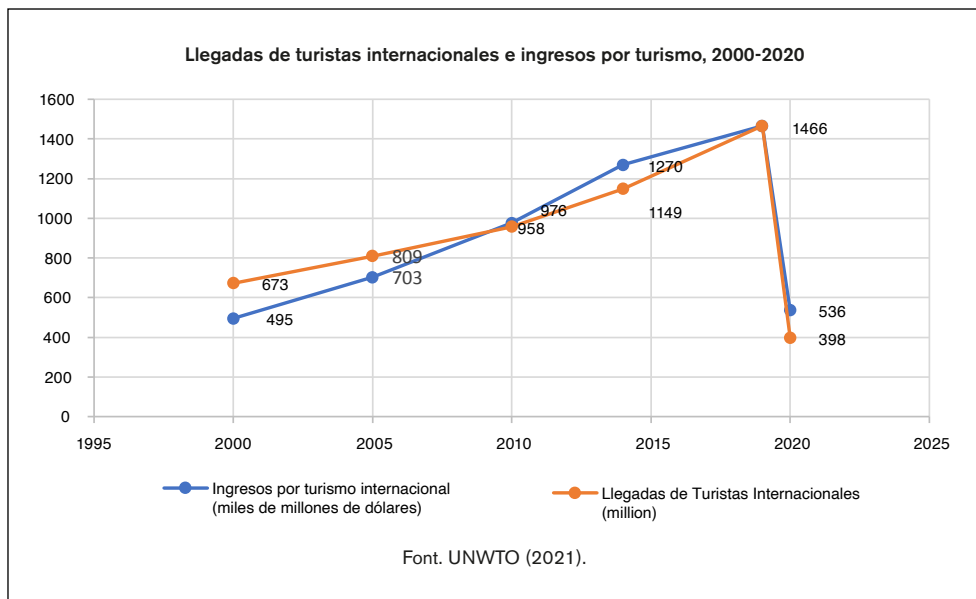
1

El virus, identificat com a SARS-CoV-2 (*Severe Acute Respiratory Syndrome Coronavirus 2*), provoca la malaltia infecciosa de la Covid-19 (*Coronavirus Disease 2019*).

En aquest article fem una reflexió sobre el canvi de paradigma turístic internacional i els reptes que implica per a la comprensió i l'estudi antropològic. La pandèmia ha modificat la vida en els escenaris turístics, així com les polítiques públiques locals, les inèrcies del sector privat i els hàbits dels turistes. En aquestes pàgines analitzem algunes dinàmiques turístiques globals i locals, i en concret posem el focus en l'ús d'expressions com "recuperar Barcelona" i "descobrir Catalunya", molt popularitzades durant la pandèmia i els confinaments successius imposats.

El artículo presenta una reflexión sobre el cambio de paradigma turístico internacional y los retos que implica para la comprensión y el estudio antropológico. La pandemia ha modificado la vida en los escenarios turísticos, así como las políticas públicas locales, las inercias del sector privado y los hábitos de los turistas. El presente artículo analiza algunas dinámicas turísticas globales y locales, y en concreto se fija en el uso de expresiones como "recuperar Barcelona" y "descubrir Catalunya", muy popularizadas durante la pandemia y los sucesivos confinamientos impuestos.

This paper offers a reflection on the paradigm shift in international tourism and the challenges this raises for anthropological understanding and study. The pandemic has changed life in tourism scenarios, which in turn has led to changes in local public policies, private sector inertias and tourists' habits. The paper analyses a number of global and local tourism dynamics, focusing specifically on the use of expressions such as "reclaiming Barcelona" and "discovering Catalonia", which were very popular during the pandemic and the successive lockdowns.



2

No obstant això, aquest impacte no ha implicat una renúncia a aquesta estratègia, ja que les ciutats globals tan sols han posposat l'agenda de celebracions en espera que arribin temps millors, tot i que desenvolupen tecnològicament nous sistemes híbrids que combinen la virtualitat i la presencialitat.

ment i el creixement del turisme, és a dir, la mobilitat i les relacions socials. La pandèmia ha reduït els moviments de persones a nivells inferiors als de principis de segle i, com a conseqüència d'això, s'ha frenat el consum de productes, serveis i activitats a les destinacions i s'han suspès els contactes necessaris perquè es produeixi.

Aquesta interrupció dels desplaçaments i les interaccions humanes ha suposat una alteració de les bases empresarials i una accentuació de dinàmiques prèvies. S'estan consolidant les tendències pre-pandèmiques a la concentració de les corporacions turístiques, mitjançant fusions o adquisicions de companyies afectades i abocades al tancament, i, paral·lelament, està augmentant la presència d'entitats vinculades directament al capital financer (fons d'inversió) que van substituint el teixit empresarial convencional. Tot això té lloc mentre es produeix una profunda reestructuració laboral, a través de diferents modalitats de regulació i retallada de plantilles, i mentre augmenta la precarització de l'ocupació (Cañada i Murray, 2021) en un entorn de treball menys segur i saludable.

La pandèmia també ha modificat la vida en els escenaris turístics, així com les polítiques públiques locals. Durant la crisi sanitària s'han frenat les estratègies de singularització que es promovien a les ciutats més ben posi-

cionades en el rànquing d'urbs turístiques globals (*neomonumentalisme*, *musèificació*, *megaesdeveniments*, etc.). Aquest fet és evident en iniciatives com l'*esdevenització*, que consisteix en la celebració periòdica i incessant d'esdeveniments de projecció internacional dirigits a atreure turistes i inversors, les quals han cessat bruscament en espera que arribin temps millors.²

Durant tot aquest període, els efectes de la pandèmia han estat visibles, a més, als carrers més turístics, ja que s'ha modificat la fisonomia d'uns espais on fins fa molt poc la presència (i sobrepresència) de turistes formava part de la imatge quotidiana. Els escenaris de consum turístic que abans estaven saturats s'han transformat, sobtadament, en llocs desèrtics d'aparença inhòspita i distòpica, amb comerços i hotels que han tancat sense plans de reobertura, i amb establiments agònics sense clientela que vianants locals insegurs i perplexos contemplen abillats amb mascaretes. Ens preguntem si aquest impacte impressionant marcarà un abans i un després en el desenvolupament del turisme.

El turisme com a propagador de la Covid-19. Seguretat ontològica i reaccions

Quan l'11 de març del 2020, el director general de l'Organització Mundial de la Salut va informar que la Covid-19 era molt

més que un problema de salut pública localitzat i controlat, ja que es manifestava com una malaltia epidèmica a escala planetària, també estava anunciant, implícitament, que la mobilitat de persones que promou aquest *nomadisme gegant* que és el turisme (Urbain, 1992) era incompatible amb la lluita contra el virus.

La pandèmia ha revelat aquest caràcter del turisme com a corretja potencial de transmissió de malalties infeccioses (Qiu et al., 2020), una cosa que se sabia en mitjans acadèmics especialitzats en bioseguretat i viatges (Kim et al., 2021), però que desconeixia la major part de la població mundial, la qual estava embarcada en una *febre* viatgera expansiva.

Avui és indubtable per a tothom que el turisme internacional suposa un factor de risc en la propagació i l'agreujament de la pandèmia. S'és conscient que els vols internacionals, el trànsit de creuers i els mateixos aeroports, com a punts de connexió (*hubs*), han convertit els turistes en els principals agents transportadors del virus. Per això, pensem que, tenint en compte que ha augmentat la preocupació per la seguretat ontològica dels mateixos turistes, aquesta consciència col·lectiva i mundial pot modificar els comportaments socials durant la pràctica viatgera i, fins i tot, frenar en part la tendència expansiva del turisme de masses que es va viure fins al 2019.

Els governs també han assumit aquest paper del turisme com a vehicle de malalties infeccioses. Per minimitzar la propagació del coronavirus i provar de frenar la crisi sanitària, han posat en marxa una sèrie de disposicions específiques de bioseguretat, entre les quals destaca, com a mesura més extrema, l'aplicació de l'estat d'emergència i el confinament de la població als seus domicilis. Paral·lelament, han decretat l'aïllament de les poblacions dins de les fronteres nacionals, han restringit la mobilitat interna regional i, fins i tot, local, han suspès el trànsit aeri i d'altres mitjans de transport internacionals i han aplicat quarantenes als passatgers que

retornen de països classificats negativament en llistes de destinacions de risc (*semàfors Covid*). Òbviament, tot això ha suposat un revés important per al comerç i el turisme.

El conjunt de mesures que s'han aplicat no només han suposat una reducció objectiva de la mobilitat, tant respecte als llocs que es poden visitar com pel que fa al temps dels viatges, sinó que a més han desincentivat la motivació per viatjar, la qual cosa probablement influirà en la manera de fer turisme en el futur. Davant d'això, les parts interessades (governos, línies aèries, turoperadors, etc.) ideen i pacten iniciatives que tenen com a objectiu promoure els desplaçaments i entre les quals destaquen l'obertura de bombolles o corredors aeris entre països i regions i l'emissió del passaport covid entre les persones que presumptament estan immunitzades.

Ara bé, les repercussions d'aquestes mesures sobrepassen els seus objectius de control de la pandèmia, ja que suposen un canvi en el model turístic de conseqüències encara incertes, perquè exclouen del viatge de lleure determinats sectors de la població, depenent de factors com el lloc de residència, la classe social o la vacunació, la qual cosa estableix bretxes socials entre països del nord i del sud i, a l'interior d'aquests últims, entre rics i pobres, inoculats i no vacunats. En definitiva, aquestes iniciatives orientades a superar la crisi poden acabar promovent un nou model de turisme postcovid, més exclusiu, exclouent i discriminador, que és contrari a l'esperit de la democratització del viatge que va fer possible el turisme de masses, així com al dret al turisme, que promulga l'Organització Mundial del Turisme (UNWTO, 1999).

És sabut que la generació de seguretat i la superació dels riscos són pilars sobre els quals s'assenta la indústria turística des que es va desenvolupar l'organització social del viatge a mitjans del segle XIX. La pandèmia ha torpedinat aquestes bases i ha causat una percepció general d'incertesa, un fet que no afavoreix la motivació a viatjar. Ni tan sols les mesures que persegueixen garantir la seguretat i frenar



La naturalesa i els entorns rurals percebuts com a espais segurs durant la pandèmia de la Covid-19.

PIXABAY.COM

L'expansió del virus no assoleixen plenament el seu objectiu, i fins i tot es podria dir que accentuen la desconfiança. És el cas de la implantació de sistemes d'embarcament biomètrics i de reconeixement facial per al control de passaports i targetes d'embarcament. L'efecte d'aquestes iniciatives pot alimentar la desconfiança a l'hora de viatjar, accentuar el zel dels turistes potencials davant de possibles contagis i desmotivar la pràctica turística.

Davant d'aquestes tendències, tot sembla indicar que, almenys en el futur immediat, augmentarà el nombre de turistes *psicocèntrics*, caracteritzats per Stanley Plog com a subjectes autoinhibits, preocupats per la seva seguretat, que eviten les activitats de risc, el contacte i les relacions amb tot allò que es percebi com a potencialment perillós i contagiós (Plog, 1974).

Per tot el que hem dit anteriorment, s'imposa en l'agenda de les diferents empreses del sector (transport, hostaleria i allotjaments) una estratègia orientada a assegurar la seguretat i a evitar el contagi, la qual cosa suposa assumir mesures preventives que donen lloc a la desaparició d'ofertes turístiques clàssiques, com per exemple el bufet als restaurants dels

hotels, i a l'aposta per noves iniciatives higièniques i saludables certificades. Aquest nou enfocament orienta l'emergència de nous negocis en l'anomenada *low touch economy*, que consisteix a evitar el contacte directe entre persones, per a la qual cosa cal un canvi profund del model turístic convencional, basat en relacions socials turístiques molt personalitzades. En aquest nou context, la tecnologia *immersiva*, la robòtica, la intel·ligència artificial o la realitat virtual multisensorial afavoreixen el desenvolupament d'aquestes tendències despersonalitzadores.

La demanda de seguretat podria accentuar determinades dinàmiques que ja eren presents a les destinacions turístiques urbanes en l'etapa prepandèmica, perquè creix l'oferta d'enclavaments atrinxerats, búnqueritzats i segregats, on es garanteix la limitació dels aforaments dels establiments i transports i on els llocs públics es transformen en espais exclusius de consum saludables i vigilats. Tot sembla apuntar a la consolidació de ciutats fortificades per al turisme on la seguretat i la salut es vendran com a productes fonamentals i imprescindibles. Tanmateix, com que el temor del contagi és una força poderosa, la preocupació del turista augmenta en els

entorns urbans més poblats. Aquesta percepció del risc pot explicar que en l'actualitat hagi augmentat l'interès per la visita a espais oberts, naturals i despoblats, i que la pandèmia tingui menys impacte en el turisme rural (Donaire et al., 2021). Som davant d'una tendència conjuntural?

Recuperar Barcelona

Des de finals de la dècada dels noranta, Barcelona s'havia erigit com una destinació urbana cotitzada en els mercats internacionals, però, el 2020, la pandèmia va frenar dràsticament una inèrcia. Barcelona ha passat de l'abundància a la gairebé absència de visitants: el 2019 s'havia assolit la xifra de 9,4 milions de turistes allotjats en hotels, mentre que el 2020 se'n van comptabilitzar 2,1, la qual cosa va suposar una caiguda del 77% respecte a l'any anterior. El nombre total de turistes que van pernoctar en totes les tipologies d'allotjament va ser de 3,2 milions, una mitjana habitual a mitjans dels anys noranta. Durant els mesos d'abril, maig i juny del 2020, no es va registrar gens d'activitat turística, un fet insòlit des del punt de vista històric. Diversos hotels, hostals

i apartaments d'ús turístic van haver de tancar les portes (del gener al desembre del 2020 es va passar de 430 hotels en funcionament a 106). La mitjana d'ocupació en totes les classes d'allotjament es va situar per sota del 30%, de manera que va aparèixer sobtadament una sobreoferta d'infraestructures turístiques.

La presència de turistes als carrers, monuments i museus, lògicament, també es va reduir; un exemple paradigmàtic d'aquesta situació es reflecteix al parc Güell, on van accedir 500.000 visitants, quan en els últims anys se superaven els 3 milions anuals. Si bé es va produir una caiguda dràstica de les xifres, la proporció de visitants estrangers va continuar sent majoritària, ja que un 70% van ser internacionals i al voltant d'un 30%, domèstics.

Més enllà del calidoscopi i ball de xifres, la vida urbana va adquirir un caràcter d'estranya quotidianitat i de buit turístic; les formes de sociabilitat van canviar totalment: aquell *incessant* consum urbà, patrimonial i comercial previ a la pandèmia va desistir per mostrar una ciutat menys mercantilitzada i



La Plaça Universitat de Barcelona durant l'estricta confinament domiciliari decretat a partir de la pandèmia de la Covid-19. Durant unes setmanes la natura es va desenvolupar enmig de les ciutats sense cap impediment. Abril de 2020. RAFEL FOLCH MONCLÚS

potser més propera. L'ús social i turístic de la ciutat va canviar per complet; de fet, es va desposseir molts elements urbans de la concepció i la funció turística que havien adquirit (i que, fins i tot, s'havien naturalitzats) en les últimes dècades. La Rambla ja no era turística; Gaudí, tampoc, i fins i tot els hotels van deixar de ser per als turistes, ja que alguns van allotjar malalts de coronavirus durant les primeres setmanes de l'estat d'alarma. Així va començar a sedimentar una altra capa de memòria col·lectiva sobre els recursos de la ciutat. Llocs emblemàtics de la ciutat van recuperar la seva funció original, com per exemple el mercat de la Boqueria, i entre els barcelonins es va posar de manifest la idea de "recuperació" dels llocs que el turisme els havia pres.

En conjunt, aquesta situació va transformar les percepcions i, d'alguna manera, el paper de la comunitat local; lògicament, també es van modificar els discursos públics i polítics al voltant del turisme. Diferents veus han vist en aquesta situació una oportunitat per repensar el model turístic i potser per posar fi al turisme de masses. També s'ha discutit sobre els múltiples i desitjats escenaris de futur, i s'ha posat en boca de molts agents i de moltes institucions el clàssic missatge d'aprofitar la crisi com una oportunitat per promoure el canvi i reorganitzar el sistema. La missió de l'Administració local ha estat mantenir l'equilibri entre la promoció econòmica i la salut, reorientant l'estratègia turística per tal d'atreure el denominat turisme domèstic. Si bé les polítiques de promoció han canviat el seu públic objectiu, tant les institucions públiques com els sectors privats mantenen i reforcen els discursos turístics d'antany, basats en la convicció que el turisme és un motor econòmic molt rellevant per al desenvolupament de la ciutat.

Descobrir Catalunya

En la seva cèlebre obra *El turista. Una nueva teoría de la clase ociosa*, l'antropòleg Dean MacCannell defensava que l'oposició entre el lleure i la feina era cada vegada més difusa en les societats modernes i postmodernes. Així

mateix, afirmava que l'experiència suposava el principal article de consum del turista, més interessat a gaudir i experimentar que a aprendre o conèixer. Aquestes consideracions continuen sent vigents, però mereixen una reinterpretació en temps de pandèmia. Les restriccions de mobilitat han frenat els desplaçaments de llarga distància motivats pel lleure i, en canvi, han propiciat moviments de població (bàsicament urbana) cap a contextos rurals o litorals per raons de lleure i feina. És a dir, les circumstàncies han convertit en destinacions vacacionals, dominicals i, fins i tot, laborals algunes poblacions d'interior i alguns enclavaments naturals que no estaven preparats per a la pressió turística. S'ha viscut un procés invers al de la capital, ja que aquests llocs s'han vist exposats de manera sobtada a un consum turístic intens. L'Alta Garrotxa, Osona, el Ripollès, l'Alt i el Baix Empordà i diverses poblacions del Pirineu són exemples clars d'aquesta dinàmica, que també està associada a episodis de saturació turística. Són llocs que no disposen de les infraestructures necessàries per acollir tants visitants, raó per la qual s'han produït episodis de tensió. Els vaivens en els confinaments territorials han generat un estrès addicional, sobretot per al sector dels serveis, que ha patit la inestabilitat dels confinaments i s'ha hagut de readaptar contínuament a una normativa canviant. Petites poblacions d'interior i parcs naturals s'han vist exposats a tensions que no els eren pròpies fins al moment: falta d'adaptació de les infraestructures, problemes derivats de la competència d'ús dels recursos i dependència econòmica d'alguns sectors, entre d'altres.

Segons fonts oficials de la Generalitat de Catalunya, es van registrar 15,2 milions de visitants a Catalunya l'any 2020: la caiguda de la demanda respecte a l'any anterior va ser de més del 60%, amb una reducció del 80% del mercat internacional (3,8 milions van ser internacionals, 2 milions d'Espanya i 9,2 de Catalunya). La campanya turística que la Generalitat promou des de fa diversos anys sota el missatge "Catalunya és casa teva" va adquirir una veracitat inaudita el 2020. El

turista català ha convertit casa seva en la seva destinació, i, per tant, els paisatges ordinaris, en llocs d'experiència lúdica. Es reverteix així un altre dels grans paradigmes del turisme de la modernitat que va exposar MacCannell, basat en la idea que el turista desitja mirar paisatges exòtics, estranys, llunyans i extraordinaris. Durant la pandèmia, s'han construït nous paisatges i ambients turístics associats a la familiaritat i a la seguretat, i, en conseqüència, s'han posat en relleu el model *staycation*, vacances en llocs domèstics, i una narrativa col·lectiva de redescobriments dels llocs propis.

La visita a equipaments patrimonials va patir una pèrdua de públics important durant el 2020: entre el gener i el setembre es va registrar una caiguda del 76,6% respecte als mateixos mesos de l'any anterior (el 2019 es van registrar 20.939.191 visitants, mentre que el 2020 en van ser 4.899.174). Tanmateix, a causa del creixement del turisme domèstic, alguns equipaments van aconseguir augmentar el nombre de visitants durant el mes d'agost en comparació amb l'any anterior. Els responsables dels equipaments patrimonials atribueixen aquest augment a factors com la possibilitat de fer activitats a l'aire lliure i la combinació de

propostes culturals i naturals, i al fet que, en la majoria dels casos, es tracta de museus o equipaments allunyats dels nuclis urbans (Can Quintana. Museu de la Mediterrània, Casa Museu Verdaguier, Castell de Miravet, Cartoixa d'Escaladei, Ecomuseu de les Valls d'Àneu, Museu de Badalona, Museu de la Conca Dellà i Dinosfera, Museu de Mataró, Museu de Tortosa. Històric i Arqueològic de les Terres de l'Ebre i Museu del Suro de Palafrugell). Els gestors d'aquests equipaments destaquen la importància de guanyar visibilitat en les xarxes i els contextos socials. En aquest sentit, la pandèmia ha representat una oportunitat per repensar la funció social d'alguns museus locals. Les marques turístiques que han tingut una caiguda més destacada del nombre de visitants en equipaments culturals respecte al 2019 són les que reben més turistes anuals, la Costa Brava i Barcelona, amb una caiguda del 80% i el 77%, respectivament. En canvi, les zones menys afectades per la caiguda del nombre de visitants als equipaments són la costa de Barcelona (-59%), els Pirineus (-57%) i, especialment, les Terres de l'Ebre (-34%), segons l'informe de l'Observatori de Públics del Patrimoni Cultural de Catalunya del 2020. ■

BIBLIOGRAFIA

- Bourdieu, P.** *El sentido social del gusto. Elementos para una sociología de la cultura*. Buenos Aires: Siglo Veintiuno Editores, 2010.
- Boyer, M.** "El turismo en Europa, de la edad moderna al siglo xx". *Historia Contemporánea*, núm. 25, p. 13-14, 2002.
- Cañada, E.; Murray, I.** (ed.). *Tourism PostCovid19. Turistificación confinada*. Barcelona: Alba Sud Editorial, 2021.
- Donaire, J. A.; Galí, N.; Campubí, R.** "Empty Summer: International Tourist Behavior in Spain during COVID-19". *Sustainability*, 13: 4356, 2021. <https://doi.org/10.3390/su13084356>
- Kim, M. J.; Bonn, M.; Hall, C. M.** "What influences Covid-19 bioterrorism behaviour for tourism?". *Current Issues in Tourism*, 2021. <https://doi.org/10.1080/13683500.2021.1883558>
- Lew, A. A.; Cheer, J. M.; Haywood, M.; Brouder, P.; Salazar, N. B.** "Visions of travel and tourism after the global COVID-19 transformation of 2020". *Tourism Geographies*, 22:3, 455-466, 2020.
- MacCannell, D.** [1976]. *El Turista: una nova teoria de la classe ociosa*. Barcelona: Melusina, 2003.
- Plog, S.** (1974). "Why destination areas rise and fall in popularity". *Cornell Hospitality Quarterly*, 14 (4). <https://doi.org/10.1177/001088047401400409>
- Puigvert, J. M.** "El agua y el ocio como terapia de salud. Las colonias de veraneo de montaña en Cataluña, 1860-1936". Dins Puigvert, J. M.; Figueras, N. (coord.), *Balnearios, veraneo y literatura. Agua y salud en la España contemporánea* (p. 121-198). Madrid: Marcial Pons, 2018.
- Qiu, R.; Park, J.; Li, S.; Song, H.** "Social cost of tourism during the COVID-19 pandemic". *Annals of Tourism Research*, 84: 102994, 2020. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2020.102994>
- Urbain, J-D.** *El idiota que viaja. Relatos de turistas*. Madrid: Endymion, 1992.
- Unwto Código Ético Mundial para el Turismo**, 1999. <https://www.unwto.org/global-code-of-ethics-for-tourism>
- Unwto** "World Tourism Barometer", 19 (3), 2021. <https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/wtobarometereng.2021.19.1.3>