



Turismo y Sociedad

ISSN: 2346-206X

ISSN: 0120-7555

Universidad Externado de Colombia

Marín Marín, Alma Ivonne; Salom, Macià Blázquez; Massé Magaña,
Mariel Verónica; Reyes Canseco, Valeria; Villarreal, Lilia Zizumbo
LA PRODUCCIÓN DEL ESPACIO TURÍSTICO EN EL MOLINAR DE LEVANTE (MALLORCA)¹
Turismo y Sociedad, vol. 27, 2020, Julio-Diciembre, pp. 21-41
Universidad Externado de Colombia

DOI: 10.18601/01207555.n27.01

Disponible en: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=576265775001>

- Cómo citar el artículo
- Número completo
- Más información del artículo
- Página de la revista en redalyc.org

UAEH
redalyc.org

Sistema de Información Científica Redalyc
Red de Revistas Científicas de América Latina y el Caribe, España y Portugal
Proyecto académico sin fines de lucro, desarrollado bajo la iniciativa de acceso
abierto

ARTÍCULOS DE INVESTIGACIÓN

Turismo y territorio

ALMA IVONNE MARÍN MARÍN

Estudiante del Doctorado en Ciencias Ambientales de la
Universidad Autónoma del Estado de México
Magister en Ciencias Ambientales por la Universidad
Autónoma del Estado de México
Miembro de la Red Latinoamericana de Investigadores en
Desarrollo y Turismo
México
[almamarin@hotmail.com]

MACIÀ BLÁZQUEZ SALOM

Doctor en Geografía por la Universitat de les Illes Balears
Profesor e investigador perteneciente al Grup d'Investigació
sobre Sostenibilitat i Territori (GIST), Departament de Ciències
de la Terra de la Universitat de les Illes Balears
España
[mblazquez@uib.cat]



MARIEL VERÓNICA MASSÉ MAGAÑA

Magister en Ciencias Ambientales por la Universidad
Autónoma del Estado de México
Estudiante del Doctorado en Sustentabilidad para el
Desarrollo de la Universidad Autónoma del Estado de
México
México
[mari.masse@hotmail.com]

VALERIA REYES CANSECO

Magister en Ciencias Ambientales por la Universidad Autó-
noma del Estado de México
México
[cansecova@gmail.com]

LILIA ZIZUMBO VILLARREAL

Doctora en Sociología por la Universidad Nacional
Autónoma de México
Presidenta de la Red Latinoamericana de Investigadores en
Desarrollo y Turismo
Profesora e investigadora de tiempo completo en la Facultad
de Turismo y Gastronomía de la Universidad Autónoma del
Estado de México
México
[lzv04@yahoo.com]

LA PRODUCCIÓN DEL ESPACIO TURÍSTICO EN EL MOLINAR DE LEVANTE (MALLORCA)¹

THE PRODUCTION OF TOURIST SPACE IN EL MOLINAR DE LEVANTE (MALLORCA)

Resumen

La ciudad de Palma, en Mallorca, representa uno de los principales destinos de playa del Mediterráneo español, por lo que se incorporan nuevos espacios que permiten la expansión turística. Este es el caso del barrio El Molinar, que ha sido objeto de severos procesos de reconversión urbana para crear áreas dedicadas al consumo. El objetivo de este artículo es dar cuenta de un proceso gradual de reconfiguración del espacio, razón por la cual se profundiza en las manifestaciones socioespaciales y en los intentos de remodelación de su puerto marítimo. Como referente teórico y metodológico, se utilizó la tesis de la producción del espacio de Henri Lefebvre. Se concluye que la producción del espacio turístico en El Molinar ha desencadenado diversas alteraciones en el tejido social y en la estructura urbana del barrio, producto de la dualidad Estado-capitales, para incorporarlo en el mercado turístico global como un espacio elitista de consumo.

¹ Para citar el artículo: Marín, A., Blázquez, M., Massé, M., Reyes, V. y Zizumbo, L. (2020). La producción del espacio turístico en El Molinar de Levante (Mallorca). *Turismo y Sociedad*, xxvii, pp. 21-41.

doi: <https://doi.org/10.18601/01207555.n27.01>

Fecha de recepción: 15 de mayo de 2019

Fecha de modificación: 1.º de agosto de 2019

Fecha de aceptación: 17 de octubre de 2019

Palabras clave: Turismo, producción del espacio, consumo, mercado inmobiliario, renovación urbana.

Abstract

The City of Palma, in Mallorca, represents one of the main destinations in the Spanish Mediterranean, so new spaces are incorporated to allow for tourist expansion. Such is the case of the old El Molinar neighborhood, which has undergone severe urban reconversion processes to create territories dedicated to consumption. The objective of this article is to account for the gradual process of reconfiguration of space, deepening the socio-spatial manifestations and the attempts to remodel its seaport. As a methodological theoretical reference, the Production of Space by Henri Lefebvre was used. It is concluded that the production of tourist space in El Molinar has triggered various alterations in the social fabric and in the urban structure of the neighborhood, product of a State-capital duality to incorporate it into the global tourism market as an elitist consumption space.

Keywords: Tourism, space production, consumption, real-estate market, urban renewal.

Introducción

El turismo sigue siendo una de las principales actividades que generan ingresos en todo el mundo. España se ha consolidado como el segundo destino a nivel mundial que más visitantes recibe, así como el que más ingresos percibe por concepto del turismo. Esto se refleja en las estadísticas de la Organización Mundial del Turismo (OMT), ya que en el año 2017 recibió a 81,8 millones de turistas internacionales, solo por debajo de Francia, y con un ingreso de USD 68.000 millones (OMT, 2018).

Históricamente, el turismo en España comenzó a desarrollarse desde la segunda mitad del siglo XIX. Este país de Europa se caracteriza por contar con lugares de veraneo, ocio y algunos relacionados con la salud, localizados principalmente en áreas costeras y dirigidos a un segmento de la población con alto poder adquisitivo. Ya en los años cincuenta del siglo XX empezó el despunte de un turismo de masas con el modelo de sol y playa, y con ello se marcó el inicio de una nueva era turística: el comienzo de la consolidación de España como uno de los destinos de mayor envergadura a nivel mundial (Cánoves, Blanco, Vera y Prats, 2017).

Así, el turismo español se acrecentó a partir de sus relaciones con el Fondo Monetario Internacional (FMI) en 1958, mediante el plan de estabilización que priorizó al turismo y facilitó la inversión extranjera (Murray, 2015); es decir, se impulsó esta actividad por medio de organismos internacionales, como sucedió en otros países, principalmente en los subdesarrollados, ello derivado de un proceso de internacionalización de la actividad (Lanfant, 1980). Por lo tanto, el desarrollo del turismo ha ido de la mano con el establecimiento de políticas a favor de dicha actividad (Bayón, 1999).

La apuesta por el turismo se concentró lejos de zonas de desarrollo industrial, sobre todo en el litoral y en las islas Canarias y Baleares, con la inversión de empresarios locales beneficiados por apadrinamientos políticos (Murray, 2015). Fue así como la isla de Mallorca se consolidó como uno de los principales destinos turísticos a nivel internacional. En la década de los ochenta, con la liberalización de la tierra mediante los tratados de la Unión Europea que facilitaron la compraventa de terrenos e inmuebles entre los ciudadanos europeos, se dio paso a una nueva etapa turística. Este hecho es interpretado como una *turistización* masiva,

que propició un gran flujo de capital inversor (Blázquez y Murray, 2010).

Las políticas de ajuste estructural dieron lugar a un crecimiento importante del sector y favorecieron la creación de empresas hoteleras y la expansión de sus servicios de alojamiento. Es por ello por lo que se ha constituido un laboratorio de globalización turística, debido a la formación de un porcentaje considerable de las empresas hoteleras más importantes del mundo, como son Sol Melià, Barceló, Riu, Iberostar, Fiesta o los grupos Piñero e Hidalgo, todas ellas de origen balear (Buades, 2014; Cánoves et al., 2017).

Las firmas transnacionales españolas y otras de origen norteamericano, canadiense, francés y británico han acaparado gran parte del mercado de hospedaje turístico no solo en España y la Unión Europea, sino también en otras regiones del mundo. Tan solo en el período de 1997 a 2008 se dio un incremento de la oferta del 45,9 al 55,64 %, y para 2014 alcanzó el 67,4 % (Murray, 2015). Es así como los servicios de alojamiento no solo han aumentado, sino que también se encuentran dominados por los oligopolios en mención.

Adicional a ello, la diversificación de la oferta de alojamiento, como el denominado *Airbnb* (donde los dueños de viviendas alquilan sus inmuebles al visitante y cuya experiencia se distingue de la estancia en hoteles), ha transformado la dinámica turística en las zonas urbanas de un sinnúmero de ciudades. Sirvase de ejemplo el caso de Barcelona, que en el año 2016 registró 23.000 anuncios en dicha plataforma digital, número que ha ido en aumento (Escalera-Briceño, Palafox-Muñoz y Ángeles-Villa, 2018). Este fenómeno se ha expandido a otros destinos, como Mallorca.

En este sentido, la actividad turística, como eje de acumulación (Cordero, 2006; Palafox,

2013), generó en Mallorca una desenfrenada construcción de inmuebles que dio paso a dinámicas turísticas enfocadas en un mercado de alto poder adquisitivo de clase mundial (Hof y Blázquez, 2015). De igual manera, como sucede con el suelo rústico y, particularmente, en los espacios naturales, se produce una transformación de los barrios tradicionales (Blázquez, 2013): espacios considerados pasivos e improductivos son sujetos de la reconfiguración de sus paisajes y dinámicas sociales.

Un hecho que marcó un nuevo devenir en el desarrollo turístico fue la crisis financiera de 2008, que puso de manifiesto la necesidad de reconfigurar espacios como una solución a la crisis. En este sentido, se apostó por la reestructuración turística del litoral español, que incluyó la renovación de resorts, transformaciones portuarias, explotación de espacios naturales y modificaciones en las leyes laborales y territoriales, entre otras (Murray, Yrigoy y Blázquez, 2017). Con ello surgió un incremento en la oferta inmobiliaria de uso turístico y segundas residencias respaldada por una política económica encaminada a la revalorización del suelo, a la disminución de impuestos e intereses, así como a la facilidad de adquirir créditos (Cánoves et al., 2017).

De esta manera, se ha ocasionado una saturación turística en la ciudad de Palma a la que se suma el hecho de que en la actualidad los conflictos en países como Egipto, Túnez y Turquía han llevado a que los turistas europeos opten por viajar a Mallorca (Cánoves et al., 2017). Por lo tanto, se está generando una expansión geográfica, sobre todo a lo largo de la línea de costa. La extensión urbana hacia nuevos territorios de baja densidad aborda también barrios tradicionales —especialmente situados en frentes marítimos— con la compraventa y construcción de nuevas viviendas y comercios al servicio de una demanda turística elitista. En los últimos años, los barrios afectados por la turistización

en Mallorca han sido Santa Catalina, Ciutat Vella (Canamunt), El Jonquet y El Molinar; este último ha comenzado a posicionarse como un espacio apto para la expansión del turismo, sobre todo por estar en primera línea de mar y tener un alto potencial de relación con el turismo náutico a través de su tradicional puerto.

Ante este panorama, el objetivo de esta investigación fue analizar el fenómeno de turistización del barrio El Molinar a partir de dos fenómenos: la reconfiguración urbano-inmobiliaria de su frente marítimo y las propuestas de remodelación del puerto. Para ello, se utilizó como referente teórico y metodológico la tesis de producción del espacio de Henri Lefebvre.

La presente investigación está organizada en cuatro apartados: el primero recoge el análisis teórico respecto a la producción del espacio turístico; el segundo está enfocado en mostrar la metodología del estudio; enseguida, se realiza el análisis del caso concreto de El Molinar a partir de los elementos teóricos y sus categorías fundamentales, así como del trabajo de campo, lo que permite dar cuenta de las dinámicas de transformación socioespacial al servicio del consumo turístico; finalmente, se presentan las conclusiones y reflexiones de la investigación.

Referente teórico: el espacio turístico, una visión lefebvriana

La racionalidad económica convierte la naturaleza y los espacios urbanos en mercancía, con cuyo valor de cambio se puede especular según el valor que tengan en el mercado, valor medido por el dinero y calculado ya sea por el trabajo empleado en su producción o por su uso y explotación (Marx, 2016 [1897]; Leff, 2004). En este caso, una vez definido un territorio como bello, es susceptible de ser integrado a la circulación internacional de mercancías turísticas (Cordero, 2003), cuyas

ganancias se obtienen por dos vías: la venta-renta de servicios turísticos y la especulación por medio del mercado inmobiliario, ya sean territorios vírgenes o modificados.

Es importante considerar que ya no solo los espacios naturales resultan ser un atractivo, ahora también lo son los espacios públicos. La transformación turística del espacio urbano mercantiliza la obra inmaterial, que es la expresión única e irreproducible de intensas cooperaciones colectivas no capitalistas a lo largo de la historia (Morell, 2016), de esta manera entra en una dinámica de expansión geográfica para el desarrollo del turismo.

Estas expansiones geográficas son también expansiones económicas del capital; se presentan en las ciudades como procesos de “renovación urbana” en los que los capitales y el Estado invierten para contrarrestar procesos de desvalorización en zonas urbanas deprimidas, situación que es aprovechada por los capitales para la acumulación al generar una renta potencial del suelo (Vives y Rullán, 2014). En otras palabras, la economía global provoca la desvalorización de territorios en un primer momento; en otro, los reestructura para nuevos usos gracias a los bajos costos de producción; y, en un último momento, genera la valorización mediante su uso, explotación o intercambio. La producción social del espacio turístico también sigue estos pasos: desvalorización, reestructuración y valorización, y atrae capitales por medio de las políticas estatales (Murray et al., 2017).

Por medio de las renovaciones urbanas y la expansión geográfica se promueve un determinado tipo de consumo, es decir, el espacio es producido para la acumulación. Estas dinámicas se inscriben como un proceso de “domesticación” de un espacio difícil de controlar y al que es preciso incorporar en las diversas formas productivas capitalistas de gran escala. Además, funcionan como un reforzamiento para cercar o expulsar a los

residentes que no pueden ser considerados consumidores potenciales. En otras palabras, se crea una nueva geografía urbana orientada hacia un tipo de consumo capitalista del espacio, sujeta a la imposición de un orden que homogeneiza el territorio (Yory, 2006).

Este proceso, entendido como revalorización del espacio, debe considerar ciertos elementos: a) la propiedad privada y el control sobre su territorio están limitados tanto por las restricciones estatales como por el mercado al cual se le permite, en las sociedades capitalistas, organizar las rentas del suelo; b) el valor de las propiedades inmobiliarias se fija en el valor del suelo, pero el valor no es fijo, puesto que cambia cuando el entorno se modifica; y c) mientras que el suelo permanece estable, las mejoras urbanas no lo son.

Es de interés puntualizar que la concepción del turismo como eje de acumulación (Cordero, 2006; Palafox, 2013) permite explicar la reconfiguración de espacios para el desarrollo de la actividad turística, pues se sustenta en la expansión geográfica y en la fijación del capital en construcciones físicas, como la vivienda con fines turístico-residenciales y la transformación de espacios urbanos y naturales.

Acorde con lo anterior, el urbanismo actúa dentro de los parámetros del mercado mundial con un espacio que deviene instrumento del capitalismo; así también lo hace el turismo mediante el alojamiento por medio de servicios inmobiliarios como una de sus necesidades inherentes. Estas medidas no solo amplían la lógica de acumulación espacial, sino que sirven para la reproducción de las relaciones sociales capitalistas y reúnen lo fragmentado para homogeneizarlo en prácticas concretas del espacio: el consumo dirigido. Como argumenta Lefebvre (2013), el turismo y el ocio se han vuelto grandes sectores de inversión y rentabilidad.

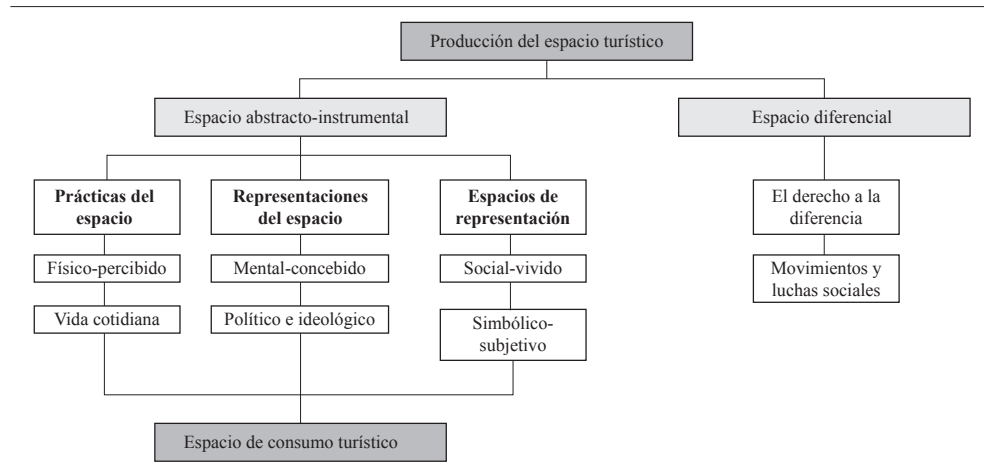
Los espacios urbanos convertidos en espacios turísticos son lugares artificialmente confeccionados para incidir en una dimensión aislada de la vida social en la que se busca el placer. En este sentido, el negocio turístico no solo corresponde al control sobre las edificaciones y la especulación vinculada a ello, también profundiza en la utilización del espacio como objeto de consumo, se enclava en lugares de privilegiada belleza y aumenta los costes sociales y ecológicos (Lefebvre, 2018).

Lefebvre (2014) argumenta que la creación de ciudades constituye uno de los principales espacios para las reorganizaciones geográficas del capital, pensando en la ciudad como un espacio no solo físico-material, sino también histórico-simbólico, abstracto e inmaterial donde se desarrollan un conjunto de relaciones sociales de producción que forman una estructura adecuada para la penetración del capital. Así, la industria turística se expande hacia barrios periféricos, lo que supone una transformación socioespacial profunda que desplaza los usos tradicionales.

En este sentido, los planteamientos teóricos propuestos por Lefebvre (2013) referentes a la producción del espacio permiten esbozar una reflexión sobre la situación en la que se encuentra El Molinar como parte de un continuo proceso de acumulación a partir de la turistización. Esto lleva al estudio de la dinámica urbana y, por consiguiente, al consumo turístico que de ello deviene, donde las relaciones de producción capitalistas se proyectan en el espacio (ver figura 1).

El principal aporte de Lefebvre (2013) parte de considerar el espacio como un producto social ligado al consumo. Esto se deriva de las relaciones sociales de producción que lo convierten en una mercancía más, entre cuyas formas de consumo se encuentra el turismo. Y ya que en ellas intervienen diversas manifestaciones del poder, se configura lo

Figura 1. Producción del espacio turístico



Fuente: Elaboración propia con base en Lefebvre (2013).

político-ideológico en las mentes de quienes habitan los territorios.

Lefebvre (2013) reflexiona a lo largo de su obra sobre dos categorías principales, las cuales fueron consideradas para el análisis empírico del presente estudio: espacio abstracto-instrumental y espacio diferencial. El primero está presente desde la génesis del capitalismo, en el cual se comienzan a desarrollar las relaciones sociales de producción y que van de la mano con la abstracción del trabajo. En este sentido, la abstracción del espacio está relacionada con la minimización de los lugares concretos y particulares (De Stefani, 2015) y, por ende, con la acumulación de capital.

Es importante resaltar que el **espacio abstracto-instrumental**, por un lado, tiene la homogeneidad como característica, aspecto funcional por cuanto le permite eliminar las diferencias y convertir su valor de uso en un valor político, es decir, el poder ejercido desde el Estado (Lefebvre, 2013). Por otro lado, se presenta como un ente hegemónico, ya que incorpora lo político e ideológico para el control social y las relaciones de

producción y reproducción (Bojórquez, Ángeles y Gámez, 2018).

Para ahondar en las reflexiones en torno al espacio abstracto, Lefebvre (2013) plantea tres nociones que permiten ampliar los análisis de las realidades urbanas turísticas y las relaciones que de ello se desprenden: a) las prácticas espaciales que se relacionan con lo físico-percibido, b) las representaciones del espacio asociadas con lo mental-concebido y c) los espacios de representación vinculados a lo social-vivido.

Las *prácticas espaciales* engloban a las prácticas de producción y reproducción social supeditadas al Estado y que, por estar ligadas a la experiencia material, se conectan con la percepción exterior del mundo. Todo ello está representado por medio de la vida cotidiana y la realidad urbana (flujos, redes, personas y mercancías en el espacio), vinculadas con los espacios de consumo mediante un consumo programado al hacer uso del tejido urbano²

² El tejido urbano no es únicamente la parte construida en las ciudades, es también cualquier práctica propia de las urbes que se pueda encontrar en el campo: una segunda residencia,

(Lefebvre, 2013). Es así como la alienación urbana se manifiesta con la segregación y, en el caso del turismo, con la absorción de los espacios periféricos (Bojórquez et al., 2018).

En las *representaciones del espacio* se reduce lo vivido a lo visible. Es la imposición de una forma de vida a partir de leyes y códigos, del ordenamiento del territorio por parte del Estado. En el caso del turismo, se refiere a las políticas que favorecen dicha actividad, así como al desarrollo urbanístico. En palabras de Lefebvre, “los usos posibles están definidos y los cuerpos solo deberán adaptarse a las formas preestablecidas” (2013, pp. 22). De acuerdo con el autor, esto representa un *consensus* espacial, es decir, una manera de violentar a la sociedad urbana impidiendo la lucha de clases, además de que este espacio mental-concebido es donde se cristalizan lo ideológico, lo científico y lo político, encaminados a la dominación tanto del espacio como de las formas de vida.

Los *espacios de representación* están subordinados a los espacios concebidos (espacio que domina) y sobrepasan el espacio físico, pero están limitados al plano simbólico–imaginario utilizado tanto por habitantes como por usuarios (Baringo, 2013). Por tener como soporte una existencia material, estos espacios de representación también son considerados espacios vividos (espacio dominado), los cuales tienen un potencial reivindicador (Lefebvre, 2013). Esta noción ayuda a explicar lo subjetivo y la generación de significados en torno a la realidad urbana, que en el caso del turismo se traslada, por ejemplo, a la representación histórica de la ciudad, la conservación del entorno desde una postura afectiva relacionada con una forma de vida específica. Por lo tanto, la ciudad es valorizada en términos

simbólicos por los habitantes y lleva a pensar en la reivindicación.

Por su parte, el *espacio diferencial* surge de las contradicciones del espacio abstracto³, las cuales se gestan a partir de conflictos sociopolíticos con diversos intereses. Este espacio se caracteriza por la ruptura de la homogeneización del espacio abstracto-instrumental para dar lugar al espacio de la diferencia, es decir, a un espacio de lucha, de resistencia urbana y reapropiación del espacio, a saber, del derecho a la diferencia (Lefebvre, 2013). Es por medio de esta categoría que se puede dar cuenta de la emergencia de luchas y resistencias colectivas contra la turistización del espacio al oponerse a la construcción de estructura e infraestructura turística que destruye la vida cotidiana de los habitantes urbanos.

Bajo el análisis de los planteamientos lefebvrianos de la producción del espacio, es importante rescatar que los desarrollos turísticos responden a una lógica de transformación de valor de uso-valor de cambio, o viceversa, en caso de existir una reivindicación del espacio. De acuerdo con Bojórquez et al. (2018), el valor de cambio está representado por el espacio abstracto-instrumental a partir de la implementación de megaproyectos turísticos acompañados de manifestaciones de poder en beneficio del capital; el valor de uso se ubica en el espacio diferencial, el cual pretende ser erradicado por la homogeneización del espacio.

Metodología

Para este estudio, se utilizó el método lefebvriano regresivo-progresivo, el cual se concentra en el estudio de hechos pasados para entender la realidad actual. Se habla de una investigación de carácter histórico, cuya referencia empírica –el barrio El Molinar– busca

una autopista. Se refiere a todo aquello que intenta consumir los residuos de la vida agraria (Lefebvre, 1971).

3 Para profundizar en este tema, véase Lefebvre (2013).

ser explicada mediante los aportes de Lefebvre (2013) sobre la producción del espacio. Este análisis tiene lugar en el contexto del turismo como desencadenante de la producción de espacios de consumo.

En este sentido, los principios teórico-metodológicos del filósofo francés se fundamentan en una teoría unitaria⁴, que supera las disciplinas fragmentadas que describen consecuencias o efectos de determinados fenómenos sin atender a una reflexión profunda de causas y razones. Por lo tanto, el autor aboga por una dialéctica entre la coexistencia de causa y efecto, pero sin caer en el sentido acrítico y positivista “causa-efecto”, sino que, más bien, profundiza en la interacción recíproca de factores, elementos, actores y momentos del espacio para, de esta manera, entender el funcionamiento de la sociedad (Lefebvre, 2013).

Por su parte, la estrategia metodológica estuvo dividida en cuatro fases (ver tabla 1): por un lado, se recurrió a la síntesis y sistematización de tipo documental mediante fichas de trabajo con apoyo de fuentes bibliográficas, hemerográficas, periodísticas y archivográficas para poner en contexto la problemática de la zona. Posteriormente, se apeló a la observación directa no participante con la finalidad de analizar la realidad social de la zona. La fase tres, correspondiente a la recolección de información, se realizó partiendo de un muestreo no probabilístico lineal, es decir, utilizando la técnica de bola de nieve, que consiste en una cadena de informantes clave de distintos sectores sociales (Hammersley y Atkinson, 2001) para realizar entrevistas semiestructuradas e historias orales, lo que permitió enriquecer la información por su relación directa con el objeto de estudio.

4 Esto no quiere decir que sea una teoría acabada y sistemática, sino un marco teórico-metodológico abierto y en movimiento que “reúne lo que fue separado y analiza lo que fue mezclado” (Lefebvre, 2013, pp. 442).

Las entrevistas fueron realizadas en un período de tres meses (agosto a octubre) en el año 2016. Entre los informantes clave se encuentran habitantes y vecinos del barrio El Molinar, participantes del movimiento social Al Molinar Port Petit, socios del club náutico a cargo del puerto, integrantes del sector público (Ayuntamiento de Palma), así como académicos, profesores e investigadores de la Universitat de les Illes Balears (UIB) y del Instituto Mediterráneo de Estudios Avanzados (IMEDEA), entre los que hay especialistas en temas de geografía, turismo, territorio y sustentabilidad.

Finalmente, en la fase IV se organizó, seleccionó y esquematizó la información recabada para dar paso a su análisis, lo que permitió, en conjunto con el análisis teórico, dar cuenta de la situación que se presenta en el barrio El Molinar con respecto a la producción del espacio turístico. Todo ello incita a ver el objeto de estudio como un conjunto de elementos que interactúan: el Estado (estructura institucional, normativo-jurídica e ideológica), los capitales (sector de inversión privada) y algunos sectores de la sociedad, como son organizaciones civiles (grupos vecinales a favor y en contra de la reconfiguración marítimo-territorial) e investigadores del ámbito académico (intelectuales); todos ellos, a partir de sus diversas perspectivas, hicieron posible una interpretación y explicación de la realidad ligada a lo multidisciplinario y sistémico en torno a su discusión.

El espacio abstracto-instrumental en el barrio El Molinar

Las prácticas espaciales: vida cotidiana y realidad histórica urbana

La información que se presentará en los siguientes apartados corresponde a la recopilación de datos en el trabajo de campo en relación con los planteamientos teóricos de Lefebvre. Por lo tanto, se comienza con la

Tabla 1. Estrategia metodológica

<i>Fases</i>	<i>Método</i>	<i>Técnica</i>	<i>Instrumento</i>	<i>Control de confiabilidad</i>
Fase I Problematización	Síntesis – Bibliográfica – Hemerográfica – Periodística – Archivográfica	Sistematización – Bibliográfica – Hemerográfica – Periodística – Archivográfica	Fichas de trabajo	Relación espacial y temporal entre los archivos analizados y la zona de estudio
Fase II Aproximación al objeto de estudio	Síntesis de observación	Observación directa no participante	– Guía de observación – Diario de campo – Cámara fotográfica	Planificación de la observación a partir del establecimiento de horarios, lugares y sujetos que van a ser observados
Fase III Recolección de información	Muestreo no probabilístico	– Bola de nieve, que consiste en una cadena de informantes clave – Entrevistas semiestructuradas – Historia oral	– Guía de entrevista semiestructurada – Grabador de voz	– Triangulación de información para asegurar el carácter clave de los informantes identificados – Comprobación de respuestas
Fase IV Tratamiento de la información	Análisis de la información	Organización, selección y esquematización de la información y triangulación con fuentes secundarias	– Ordenador – Cámara fotográfica – Grabador de voz	Análisis exhaustivo de la información bibliográfica y de campo y corroboración de datos recabados

Fuente: Elaboración propia con base en Valles (1999) y Rojas (2013).

evolución de las etapas histórico-económicas de El Molinar, con la finalidad de dar cuenta de las reconfiguraciones del espacio que los modos de producción han proyectado sobre el territorio y la sociedad.

El Molinar de Levante es un barrio costero localizado en la capital de Palma, en la isla de Mallorca, el cual ha estado al margen del desarrollo de esta ciudad. En el siglo XIX albergó molinos harineros y de viento, puesto que Mallorca se sustentaba económicamente por medio de la actividad agrícola. A finales del siglo XIX se desarrolló un proceso de industrialización, se instalaron fábricas próximas al mar para la extracción y comercialización de gas, petróleo, electricidad y curtidos. La configuración socioespacial de la barriada estaba marcada por ser un espacio industrial y de alojamiento para la clase obrera.

Era un asentamiento bastante pobre, [donde] abundaron el barraquismo, [la] sub infra vivienda, mucho asentamiento de población gitana, colonias industriales. En el frente marítimo hay vestigios de casas viejas de los pescadores; casas pobres y sencillas se han ido al suelo, condiciones muy precarias. (J. M. Comunicación personal, 14 de septiembre de 2016).

A inicios del siglo XX se construyeron casas nuevas con las características arquitectónicas propias del barrio, es decir, de largas calles perpendiculares que van del mar hasta la carretera antigua (que lleva de Palma hacia el sur de la isla). Para ese momento ya existía el barrio Portixol, y al otro extremo estaba Ciudad Jardín, lugares que presionan constantemente el espacio de El Molinar.

El Molinar ocupa un frente marítimo donde se construyó el Club Marítimo Molinar de

Levante (CMML) en 1917 (Vidal, 1978), uno de los tres primeros puertos que hubo en Palma. En principio, albergó embarcaciones de pescadores, y actualmente los amarres son para los aficionados residentes en El Molinar. El CMML es un club que presta un servicio portuario a pequeña escala y de uso recreativo local; se formó como un puerto deportivo sin fines de lucro, bajo una concesión otorgada por el Estado y que hasta el año 2018 estaba conformada por 120 socios, todos vecinos del barrio.

A pesar de ello y de su cercanía a Palma, continuaba siendo una zona muy deprimida, además de haber adquirido una concepción simbólico-espacial de profunda represión tras el golpe de Estado franquista (1936-1975), lo cual provocó su rezago, fragmentación y una complicada accesibilidad. Continuó así hasta un período de repoblación tanto de mallorquines como de foráneos de la isla entre los años cincuenta y setenta del pasado siglo.

El crecimiento y la absorción de espacios en Palma para el turismo, así como el deterioro suburbial al margen del eje de conexión con la autopista Palma- aeropuerto —que además fue la primera autopista financiada por el Banco Mundial en Europa, no para que los mallorquines pudieran llegar al aeropuerto, sino para que los europeos pudieran hacer turismo en Palma (Rullán, 2002)—, implicaron un contexto social particular, ya que se desarrollaron en El Molinar actividades de prostitución, delincuencia y drogadicción.

Estos aspectos, aunados a la baja densidad de las edificaciones que implican minifundismo accesible a la inversión y al potencial de su reconversión, fueron condiciones propicias para la atracción de capital, sobre todo para continuar con la expansión turística de Palma (Vives y Rullán, 2017) bajo un modelo de tipo residencial, que ha dominado el mercado

inmobiliario-turístico de la isla (Blázquez y Murray, 2010).

La construcción del paseo marítimo en los años noventa modificó de manera radical la primera línea y promovió fuertemente la atracción de nuevos usos residenciales (casas de segunda residencia) con la demolición y restauración de edificaciones antiguas ubicadas en la primera línea de costa para dar lugar al establecimiento de comercios, en especial, restaurantes y bares. En la actualidad, proliferan las ofertas de inversión inmobiliaria, derivadas del incremento del valor del suelo y, por consiguiente, de la vivienda.

Para inicios del siglo XXI, la dinámica de El Molinar cambió, ya que empezó a ser visto como un espacio potencial para ser habitado, sobre todo, por personas con muy alto poder adquisitivo. El primer elemento desencadenante de la transformación del barrio había sido la construcción del corredor marítimo. De acuerdo con el discurso del Estado, dicha modificación formaba parte de un proceso de modernización, pero no aislado, pues tuvo lugar también en otros puntos de la isla⁵. A la par, surgió la primera de tres propuestas de ampliación del puerto para crear un espacio dedicado a la realización de actividades náuticas recreativas y unir de esta manera el puerto de Portixol con El Molinar.

Hasta este punto, es posible entender cómo los pobladores del barrio han sido orientados hacia un consumo productivo específico en cada momento histórico. Por lo tanto, las prácticas espaciales se manifiestan mediante el predominio de lo percibido, de la relación sociedad-naturaleza —sujeta a un tipo de trabajo concreto—, que al mismo tiempo

5 De acuerdo con uno de los informantes, la autoridad que permitió e incentivó la construcción de los diversos paseos marítimos fue Jaime Matas cuando era ministro de Medio Ambiente del Gobierno español, y quien posteriormente fue condenado por corrupción.

permea la producción de nuevos espacios para la producción, la reproducción y el consumo, lo cual transforma el espacio, lo cambia, lo reconfigura, lo crea y lo recrea.

Las representaciones del espacio: lo político e ideológico

Con la implementación del paseo marítimo se ha propiciado una dinámica de compraventa y alquiler de casas habitacionales para uso turístico en el barrio, pero también de especulación, donde principalmente la línea de costa ha sufrido cambios en el paisaje: de lo tradicional a lo moderno. De esta manera, se ha producido una segregación socioespacial sujeta al nivel de renta de los compradores y arrendadores, al tiempo que la finalidad ya no es producir bienes de consumo, sino espacios dedicados al consumo (Lefebvre, 2014).

Además, se ponen en marcha diversas iniciativas de tipo institucional, un poco antes de la crisis de 2007, es decir, políticas públicas de diferenciación de los espacios costero-turísticos y políticas de renovación del frente marítimo “Vamos a mirar al mar”, para revalorizar los frentes marítimos, construcción de obras emblemáticas, inversiones público-privadas, dotación de espacios verdes, espacios de revalorización de inversiones privadas, lo que pone de manifiesto las representaciones del espacio, es decir, lo concebido, en donde el poder se hace visible a través del Estado. (I. M. Comunicación personal, 30 de agosto de 2016).

A partir de estas representaciones del espacio se comienza a violentar a la población, ya que se obliga a los habitantes de la primera línea, que viven en casas de protección oficial, a desplazarse hacia solares vacíos y, de esta manera, a construir nuevos edificios; así se revaloriza el frente marítimo con viviendas modernas y lujosas. El Molinar era un barrio de ocio y descanso para los trabajadores, con

restaurantes, bares y pequeños comercios, pero la población residente se fue concentrando poco a poco en las partes posteriores.

En correspondencia con dichos procesos, se argumenta que:

Al estallar la crisis, se aprobó la Ley Carbonero⁶, que persigue poner en marcha mecanismos –retóricamente– para solventar los déficits de vivienda, es decir, parcelas no edificadas que se construyan con altos porcentajes de viviendas oficiales. La autopista, como vía de acceso a El Molinar, se vende como un hecho de justicia social, porque era un lugar marginado, pero eso es el *laissez faire* [...] los conectamos [...] mucha justicia social, pero así se los das a los tiburones inmobiliarios. (I. M. Comunicación personal, 30 de agosto de 2016).

Todo ello es parte de un proceso para atraer inversiones y “salir de la crisis”, lo cual denota el interés por parte de la Administración Pública en pro de la economía y de los agentes sociales por activar la zona. De acuerdo con Murray et al. (2017), las crisis han sido de utilidad como punto de inflexión hacia los posteriores *booms* turísticos mediante una reestructuración del capital turístico y de las políticas procrecimiento. De esta manera, se presenta una segunda propuesta de ampliación del puerto de El Molinar, con una fuerte presencia de procesos de gentrificación, es decir, la expulsión de residentes en este centro urbano producida por la revalorización del suelo rústico.

Además, se han planteado por parte del Estado instrumentos de planificación, directrices de ordenación y áreas de régimen especial, es decir, que por su patrimonio arquitectónico el barrio recibe un tratamiento

6 Denominada así por el nombre del encargado del Consejo de Ordenación del Territorio.

especial de conservación, pero no tanto para la vida social de sus clases populares. En otras palabras, se protegen las casas, pero se excluye a sus habitantes.

Estas políticas y prácticas legitimadas por el Estado desplazan a los ocupantes y propietarios de las viviendas más próximas al mar, que se ven forzados a vender, ya que el nivel de vida se encarece considerablemente. Poco a poco, la población local de rentas más bajas comienza a ser desalojada por una clase social más adinerada, que puede no solo adquirir dichas propiedades, sino también alcanzar cuotas mayores de consumo, lo cual potencia la turistización de El Molinar.

Entre algunos efectos del turismo masivo se cuentan los problemas de accesibilidad al barrio como consecuencia de la aglomeración en el transporte público, sobre todo para la población local. Ante ello, en 2015 se inauguró un nuevo acceso a la autopista Palma-aeropuerto bajo un discurso de mejoramiento urbano. Sin embargo, esto responde a las dinámicas de expansión territorial de la región, lo cual abre directamente la posibilidad de convertir el barrio tradicional en un espacio apto para la inversión turístico-habitacional. La modernización del espacio con viviendas de alto lujo para una clase elitista, sumada al atractivo paisajístico-recreativo, otorga plusvalía al espacio producido, aspecto propicio para la especulación no solo inmobiliario-turística, sino en relación con sectores económicos, como el financiero.

Como ya se mencionó, la dinámica socio-económica del lugar ha sido amenazada por propuestas de ampliación del pequeño puerto de El Molinar. Dichas propuestas, que tienen lugar desde 1990, responden a la necesidad de una remodelación, requisito de la Autoridad Portuaria para poder mantener la concesión, cuya duración es de 99 años. Por lo tanto, la urgencia de presentar

un proyecto de remodelación en el año 2017 fue la oportunidad para que el capital pudiera penetrar mediante la inversión a largo plazo. Adheridas a esto se han presentado dos propuestas más: la primera constituía una zona de servicios de 21.375,00 m² y capacidad para 315 amarres; la segunda, de menor dimensión, con 12.562,00 m² de zona de servicios y capacidad para 220 amarres, supondría incrementar el número de amarres del puerto, cuya capacidad actual es de 120 y de menor eslora (figura 2).

Los socios del CMML que presentaron el proyecto justificaron el incremento del número de amarres para poder financiar la remodelación de sus instalaciones. El impacto de esta obra de ampliación y reestructuración orientaría su oferta comercial a un nuevo público, de mayor poder adquisitivo, que traería consigo efectos importantes de tipo económico, social, físico y natural en el conjunto del barrio.

A pesar de que se modificó la capacidad de amarres en el segundo proyecto, la Autoridad Portuaria lo rechazó por tres motivos principales: 1) la inconsistencia en el Estudio de Impacto Ambiental; 2) la actuación de organizaciones civiles que se manifestaron en contra por medio de una petición; y 3) la falta de claridad en el plan de financiamiento por no determinar de dónde provenía la inversión (Gabriel Solís⁷, 18 de septiembre de 2016). Este último punto se muestra inconsistente, ya que los socios del Club carecen de los recursos económicos suficientes para llevar a cabo un proyecto de tal magnitud, por lo tanto, quedaba en duda en manos de quién estaría el financiamiento.

Es importante destacar que, en el ámbito político, aun cuando la balanza apunta al

7 Los nombres fueron cambiados por petición de los informantes clave.

Figura 2. Propuestas de ampliación del puerto “Club Náutico El Molinar”



Fuente: Secretaría de Estado de Medio Ambiente (2016).

dominio del espacio, la influencia de un partido u otro en el gobierno hace la diferencia. Durante el dominio de los grupos de derecha se impulsaron y apoyaron los planes de ampliación del puerto, así como la turistización del barrio. En cambio, con la izquierda socialista, a cargo del Gobierno balear y de Palma, se refuerza la oposición a la expansión turística y se niegan ciertos desarrollos urbanísticos (Laura Martínez, 26 de octubre de 2016).

Para febrero de 2018, la Autoridad Portuaria de Balears (APB), por intermedio del jefe de Infraestructuras, Antonio Ginard López, presentó una conferencia titulada “El futuro del puerto de El Molinar: actuaciones para la mejora de su operatividad y de la integración puerto-ciudad” (Ginard, 2018). A este evento asistieron socios del club náutico, y se mostró el anteproyecto de lo que sería finalmente la “remodelación” del puerto El Molinar, acerca del cual Ginard aseguró que se mantendrán las dimensiones en las que se encuentra y que habrá entre 70 y 80 amarres de ocho metros de eslora (figura 3). Además de ello, este dejará de ser un establecimiento cerrado,

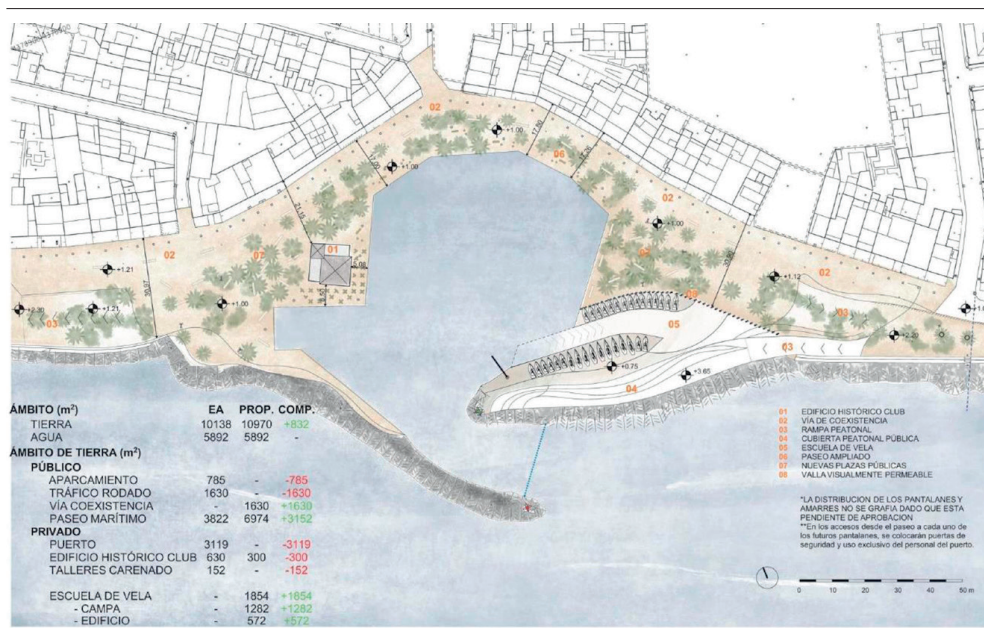
por lo cual se abrirá a todo el público y tendrá una escuela de vela (Ginard, 2018).

Un año después, el 18 de marzo de 2019, se inició la remodelación del puerto por parte de la empresa ACSA Obras e Infraestructuras S. A., avalada por la APB con una inversión de 3.087.056,06 euros, la cual se pretende terminar en aproximadamente 10 meses. Con ello se informó a los socios del CMML sobre la finalización de su concesión y que, en caso de estar interesados en continuar con la gestión de las instalaciones, tendrán que presentar una solicitud a la APB de acuerdo con lo establecido en el artículo 86 del Texto Refundido de la Ley de Puertos del Estado y de la Marina Mercante. En caso de no presentar dicha solicitud, los socios no podrán continuar con la gestión del restaurante (*Mallorcadiario.com*, 2019b).

De acuerdo con el diario antes citado, con la remodelación del puerto, la APB busca:

garantizar los objetivos de compaginar la actividad privada sociodeportiva con los intereses de todos los ciudadanos, conservando las dimensiones actuales y el

Figura 3. Proyecto actual de remodelación de El Molinar



Fuente: Ginard (2018).

carácter social de las instalaciones náuticas. Sin que crezca el espejo de agua ocupado, se pretende garantizar la práctica de las actividades recreativas y deportivas que tienen lugar en este puerto. También se optimizará la superficie de tierra, dedicando más espacio a la escuela de vela, la cual permitirá fomentar este deporte entre los más jóvenes. (*Mallorcadidiario.com*, 2019b).

Llama la atención la prioridad que se da a las actividades privadas en este discurso, en el cual, a pesar de que se mantienen las dimensiones del puerto, no se garantiza su uso por parte de la comunidad del barrio. Por lo tanto, esta es una clara intención de despojo de espacios públicos que contribuye al crecimiento turístico del lugar de una manera elitista, en donde el Estado respalda mercados crecientes en aras de la acumulación.

Ejemplo de ello es la apresurada expulsión de los socios del club náutico, a quienes se

les dio una fecha límite para trasladar sus embarcaciones amarradas al puerto de Portixol y a quienes se les proporcionará, por el tiempo que duren las remodelaciones, pantalanes flotantes, una superficie en tierra y módulos prefabricados (Terrasa, 2019). Sin embargo, los socios se encuentran a la expectativa de lo que pasará en el futuro, ya que desconocen su situación al finalizar la remodelación del puerto, esto es, si seguirán teniendo derechos de ocupación en el puerto ya remodelado, lo que los lleva a mantenerse en la incertidumbre.

Además de la renovación del puerto, se realizará también la reurbanización de la zona con la finalidad de dar continuidad al paseo marítimo. Todo ello ha generado un alza sin precedentes en los precios de las viviendas unifamiliares, que alcanza los 4.663 euros por metro cuadrado, y para los pisos, de 4.344 euros por metro cuadrado. Esto ubica al barrio entre los más cotizados de toda

España, a la par de ciudades como Madrid y Barcelona. De acuerdo con datos proporcionados por el BBVA, el precio de un piso en El Molinar alcanza el medio millón de euros, y el de la vivienda unifamiliar llega hasta el millón de euros (Vicens, 2019).

De acuerdo con el *Diario de Mallorca*, las principales inmobiliarias que tienen presencia en El Molinar son de origen alemán y sueco (Vicens, 2019), lo cual concuerda con lo expresado en el trabajo de campo por varios entrevistados que aseguran que el barrio se ha poblado principalmente de extranjeros de dichas nacionalidades.

El presente apartado muestra que el Estado se convierte en un sujeto que logra refuncionalizar el espacio por medio del decreto de leyes y la utilización de sus aparatos institucionales para dar lugar a la homogeneización en función de las necesidades de los mercados mundiales. En este sentido, el valor de uso del espacio se vuelve político (Lefebvre, 2013); ello impera en la concepción ideológica que ha de tenerse respecto a dicho valor de uso, pues de esta manera se ejerce el poder. Los usos específicos del espacio son definidos por el Estado, pero visiblemente apegados a las tendencias de la economía global (en este caso, turísticas) al permitir la remodelación del puerto, lo cual acerca a los antiguos socios y a la comunidad a adaptarse a la nueva forma del espacio o a prescindir de él.

El espacio de representación: lo subjetivo, el espacio de los usuarios

De acuerdo con lo analizado anteriormente, se puede asegurar que la comunidad del barrio forma los espacios de representación de El Molinar, ya que a partir de su existencia material se comienzan a gestar significados en torno al puerto y, por ende, a su futuro. La valorización del puerto, lejos de estar al margen del valor de cambio, tiene un uso

simbólico para el tejido social, esto es, lo subjetivo con un potencial de reivindicación del espacio, puesto que refleja una forma de vida particular para ellos.

Sin embargo, la producción del espacio turístico en el barrio ha traído consigo la completa elitización del lugar, el encarecimiento de la vivienda, el consumo de nuevos espacios de esparcimiento —como restaurantes y bares de lujo—, la práctica del deporte náutico —que no es accesible para todo el mundo, al contrario, se considera un deporte de las clases altas—, así como la especulación inmobiliaria y la segregación socioespacial, lo cual cambia el simbolismo que se tiene respecto al CMML.

Coincidentemente con la remodelación del puerto, se ha documentado la especulación con los bienes inmuebles en el barrio y la transformación del paisaje urbano con la remodelación de casas y edificios, que a menudo han cambiado su uso por el de establecimientos comerciales, en especial, de restauración. El despojo se ejerce mediante presión indirecta sobre la población para abandonar el lugar por el aumento de los costos de vida, entre ellos, de los servicios básicos, como saneamiento de agua, consumo de energía y el valor catastral.

En este caso, la ley resulta permisible, porque no se obliga a que las externalidades negativas sean absorbidas por los beneficiarios-impulsores de proyectos y, más bien, son cubiertas por los habitantes, a los que se les cobran “contribuciones especiales” cuando existe una renovación urbana, lo cual se justifica como beneficio para estos. Este corolario deriva de la expansión turística en el lugar, ya que el capital requiere emplear estrategias de acaparamiento de espacios antes considerados improductivos y, de esta manera, continuar con el ciclo de acumulación.

Por lo tanto, habría que mirar también cómo se trabaja la ciudad colectivamente, una ciudad construida por todos, y cómo los espacios de vida se van mercantilizando. Esto va ligado a que la producción del espacio es un proceso que no solo involucra el capital que tiene las condiciones económicas de cambiarlo, sino que se suma el proceso posterior, en el que la gente empieza a producir-trabajar ese espacio en la nueva dinámica en que se plantea. En este caso, un turismo de élite (alto lujo y de clase mundial), náutico, ligado al capital inmobiliario-especulativo se encuentra entre las expresiones sociales más importantes de cambio.

Las transformaciones que se han dado en el barrio han influido en el espacio de los usuarios y lo subjetivo en torno a ello. Lo urbano se pone al nivel de la vida cotidiana, en algunos casos hasta dominarla. De ello evocan solamente recuerdos: la dimensión simbólica del espacio vivido. Su transformación ha significado una ruptura con lo cotidiano, pero, al mismo tiempo, genera posibles contraespacios, es decir, espacios diferenciados.

El espacio diferencial: movimientos de resistencia en El Molinar

El espacio diferencial surge como parte de las contradicciones de producir un espacio para el consumo. Así se logra encontrar un vacío para las manifestaciones y los movimientos sociales en favor del derecho a la diferencia, es decir, a la reivindicación del espacio, y de esta manera frenar las transformaciones espaciales en beneficio de la producción y del consumo capitalistas.

Ante las circunstancias planteadas respecto a la remodelación del puerto de El Molinar y la creciente urbanización de la primera línea, ha surgido el descontento de una parte de la población residente y foránea, que se ha organizado para protestar en contra de la

turistización. Entre algunas organizaciones aliadas están Salvem es Molinar, ARCA, GOB Vagar i Ciar, Greenpeace y Amics de la Terra, las cuales han logrado frenar los dos intentos de ampliación del puerto.

La organización más destacada es el movimiento denominado Al Molinar Port Petit, que ha luchado por defender al barrio de cualquier amenaza urbanística, cultural, arquitectónica y ambiental mediante la organización y participación de la ciudadanía en la toma de decisiones con respecto a sus espacios de convivencia. Sus miembros participan en debates públicos, conferencias y reuniones de distintas organizaciones civiles en contra de la turistización que está afectando, en general, a los barrios de Mallorca. Este tipo de protestas sociales refuerzan los lazos comunitarios y coadyuvan en la búsqueda de alternativas para frenar la expansión urbano-turística, de esta manera se enfrentan a las estrategias del capital, que se han vuelto cada vez más predatorias.

La sociedad movilizada en Al Molinar Port Petit argumenta no estar en contra de crecer, sino ser partidaria de establecer un límite con medidas alternativas para no perder la concesión del puerto: a) reforzar el dique con piedras de mayor tamaño para defenderlo del oleaje; b) optimizar el canal de dragado; y c) mejorar las instalaciones del club, de forma que se mantengan su estructura, el restaurante y la escuela náutica. Tras la aceptación actual de remodelación, se considera que la mayoría de las acciones presentadas en la propuesta se ajustan a la campaña para definir un *port petit*. Esto no quiere decir que dicho movimiento haya perdido la batalla, al contrario, ahora más que nunca sigue al tanto de las acciones realizadas por la APB, en busca de garantizar que el proyecto se ajuste a lo planteado y evitar posibles intervenciones que lo lleguen a desvirtuar (*Noticias Mallorca.es*, 2018).

Por otro lado, la Asociación de Clubes Náuticos de Baleares (ACNB), que tiene como finalidad la representación, gestión y defensa de los intereses de las asociaciones afiliadas, ha expresado su inquietud respecto a la remodelación del puerto, acción considerada por la ACNB precipitada y que compromete la esencia que tenía con el CMML. Por lo tanto, sus acciones han estado encaminadas a cuestionar a la APB y al gobierno balear sobre la gestión del puerto. Además, busca que el gobierno garantice la supervivencia del puerto como un bien patrimonial, y no como un objeto de consumo turístico (*Mallorcad diario.com*, 22 de marzo de 2019c).

Finalmente, la asociación de vecinos Es Born d'es Molinar, la Federació de Veïnats de Palma y otras entidades de El Molinar exigen que se les mantenga informadas de manera transparente sobre el proyecto, pues se asegura que las formas en las que la APB ha actuado han sido injustas para la población y, sobre todo, para los socios, quienes perdieron su concesión y se encuentran en incertidumbre sobre sus futuros derechos (*Mallorcad diario.com*, 2019a).

Estas expresiones de resistencia y rechazo a la lógica de consumo y acumulación capitalista representan espacios por el derecho a la diferencia, ya que no solo se trata de la defensa del puerto. El trasfondo se halla en la afectación y alteración del tejido social a partir de las propuestas de ampliación del puerto hasta su actual remodelación. Por eso se torna fundamental que existan espacios de diálogo y lucha contra la fragmentación social y la turistización de barrios tradicionales, en aras de reconstruir y respetar los espacios de representación, es decir, lo social-vivido.

Conclusiones

El sustento teórico-metodológico utilizado en el presente estudio permite la comprensión

de una realidad ligada a las necesidades económicas de un mercado turístico dirigido a la producción-consumo de espacios tradicionales que, por sus características paisajísticas y cercanía a centros turísticos consolidados, resultan altamente atractivos para la generación de ganancias extraordinarias.

En particular, las categorías de espacio abstracto-instrumental y diferenciado posibilitan explicar e interpretar el proceso gradual de producción del espacio turístico que ha alcanzado al barrio El Molinar. No obstante, por ser también el espacio un producto social, establece las condiciones de existencia de la sociedad tradicional del barrio, y su producción material a lo largo del tiempo ha llevado a la cristalización de las relaciones sociales que hay hoy en día.

Respecto a la primera categoría, tanto las prácticas espaciales (lo económico bajo prácticas de producción y reproducción) como las representaciones del espacio (lo político concebido mentalmente) que están ligadas a las relaciones capitalistas determinan el uso y valor del espacio material y desvirtúan otros usos, significados y relaciones, es decir, se subsumen los espacios de representación que tienen que ver con lo social-vivido. A esta situación se añaden procesos de exclusión y segregación de quienes comparten una lógica tradicional e histórico-simbólica de sus territorios.

Así, la producción del espacio turístico se aprecia con la transformación en la barriada, la cual ha pasado por tres momentos históricos destacables y ligados a las categorías lefebvrianas de espacio abstracto-instrumental (tabla 2).

El espacio de consumo turístico se gesta en una revalorización de aquel a partir de dinámicas del capital inmobiliario, es decir, de los proyectos de remodelación-ampliación del CMML. Dicho proyecto persigue una

Tabla 2. El espacio abstracto-instrumental en El Molinar

<i>Categorías</i>	<i>Prácticas espaciales y representaciones del espacio</i>	<i>Espacios de representación</i>
Tipos de relaciones de producción	Producción económica primaria: agricultura y pesca principalmente.	Tradicional
	Producción industrial: harina, petróleo, gas, textiles y electricidad.	Marginal, de clases trabajadoras y populares.
		Descanso y hogares de segunda residencia para obremos y trabajadores retirados.
	Economía de servicios: turismo.	Turismo de lujo, elitista, recreación y deporte náutico.

Fuente: Elaboración propia con base en Lefebvre (2014) y en el trabajo de campo realizado.

lógica que tiene que ver con los efectos de la absorción de Palma por el turismo y que, además de ser un mecanismo de inversión, con su aprobación en marzo de 2019 está funcionando como un modo de despojo, razón por la cual los socios están inseguros acerca de lo que va a suceder con su estatus en la administración y con los derechos del club náutico.

Lo anterior coexiste con iniciativas estatales (leyes y decretos) para poner en marcha mecanismos para solventar los déficits de vivienda, esto es, edificar porcentajes altos de “viviendas oficiales” en parcelas no edificadas. Ello da cuenta de las representaciones del espacio, es decir, de la intervención estatal a partir de políticas para el ejercicio del poder y de tener los instrumentos suficientes para homogeneizar el territorio y convertirlo propiamente en un espacio de consumo. En este caso, el Estado interviene como rescataista de El Molinar, vende estos espacios y obras como hechos de justicia social, pero al mismo tiempo abre el interés de las inmobiliarias; como consecuencia, provoca la exclusión de las poblaciones locales.

Las representaciones del espacio hacen alusión al espacio concebido, donde los urbanistas trazan los códigos de ordenación del territorio por medio de los cuales este se restringe y fragmenta; en otras palabras, cercan lo cotidiano, las relaciones sociales y el

tejido urbano en la lógica de capital bajo una normatividad impuesta. Así que las prácticas espaciales resultan de las representaciones del espacio, y viceversa. Ambas concepciones, bajo la hegemonía del capitalismo, son espacios dominantes que promueven el consumo del espacio para un mismo fin.

Lo anterior pone de manifiesto cómo se ha pasado de la producción material de cosas en el espacio a la producción del espacio como mercancía, como es el caso del barrio El Molinar, si se puntualiza en las transformaciones y relaciones sociales que visualizan territorios distintos en cada época histórica. Es así como el espacio se gesta como un producto histórico compuesto por relaciones de producción capitalista.

Continuando con la triadética lefebvriana, los espacios de representación (espacio dominado) en El Molinar, a diferencia de los espacios que dominan, reivindican las prácticas espaciales. Dichos espacios se expresan por medio de lo social-vivido, donde los habitantes profundizan en nuevas realidades, así como en los conflictos que existen entre las distintas fuerzas de interés: unos a favor y otros en contra de la turistización. De ello surgen las respuestas sociales e institucionales, como la cristalización de esos efectos, lo cual genera una reacción de la población residente en contra de la expansión turística. Este tipo de reacción responde a la defensa

de intereses particulares y colectivos que se ven amenazados por la transformación en ciernes.

Es entonces cuando surge el espacio diferencial. Los espacios de luchas y movimientos, a saber, el derecho a la diferencia, emanan a partir de la conformación de organizaciones civiles como Al Molinar Port Petit, Salvem es Molinar, ARCA, GOB Vagar i Ciar, Amics de la Terra, Es Born d'es Molinar y la Federació de Veïnats de Palma en defensa de la ciudad y la reconstrucción del tejido social. Así mismo, generan un tipo de barreras institucionales, como el apoyo del actual consistorio, que ayudan a detener o al menos posponer los procesos de expansión y apropiación de territorios por parte del capital.

Lo aquí expuesto ayuda a visualizar la complejidad del objeto de estudio e invita a profundizar en la problemática, pues, como se mencionó, El Molinar no es el único caso. Existen sitios que se encuentran bajo la presión de la dinámica turística, que no es un fenómeno o hecho progresivo natural, sino planificado y dirigido a un tipo de producción-consumo-ganancia particular. Y así como es de relevancia el estudio de la historia para comprender el presente de la problemática, también es importante la búsqueda de alternativas de defensa del territorio, entre las que se destaca la participación y organización social para lograr la conservación, restauración y recuperación de espacios no solo por su patrimonio arquitectónico, sino por el valor irremplazable de las relaciones sociomateriales con el espacio histórico y simbólico de quienes las viven.

Referencias bibliográficas

Baringo, D. (2013). La tesis de la producción del espacio en Henri Lefebvre y sus críticos: un enfoque a tomar en consideración. *QUID 16: Revista del Área de Estudios Urbanos del Instituto de*

Investigaciones Gino Germani de la Facultad de Ciencias Sociales (UBA), 16(3), 119-135.

Bayón, F. (dir.). (1999). *50 años del turismo español. Un análisis histórico y estructural* (1.ª ed.). Madrid: Editorial Centro de Estudios Ramón Areces, S. A. y Escuela Oficial de Turismo.

Blázquez, M. (2013). More villas and more barriers: gentrification and the enclosure of rural land on Majorca. *Méditerranée. Revue Géographique des Pays Méditerranéens*, 120, 25-36. Recuperado de <https://journals.openedition.org/mediterranee/6638>

Blázquez, M. y Murray, I. (2010). Una geohistoria de la turistización de las islas Baleares. *El Periplo Sustentable*, 18, 69-118. Recuperado de <https://rperiplo.uaemex.mx/article/view/5031>

Bojórquez, J., Ángeles, M. y Gámez, A. (2018). Produciendo el espacio turístico: el despojo en la apropiación del territorio costero en Los Cabos, Baja California Sur (México). *Teoría y Praxis*, 26, 9-35.

Buades, J. (2014). *Exportando paraísos. La colonización turística del planeta*. Barcelona: Alba Sud.

Cánoves, G., Blanco, A., Vera, J. y Prats, J. (2017). Caracterización y dinámica de los sectores productivos en el territorio: evolución, cambios y nuevas realidades en el modelo turístico. En J. Farinós y J. Olcina (coords.), *Geografía regional de España. Espacio y comunidades: bases para una regionalización renovada del territorio español* (pp. 233-290). Valencia: Universidad de Valencia y Tirant Humanidades.

Cordero, A. (2003). El turismo y la dependencia latinoamericana. *Anuario Social y Político de América Latina y el Caribe*, 6, 104-111.

Cordero, A. (2006). *Nuevos ejes de acumulación y naturaleza. El caso del turismo*. Buenos Aires:

CLACSO. Recuperado de <http://biblioteca.clacso.edu.ar/ar/libros/becas/allen/allen.html>

De Stefani, P. (2015). La producción social de la arquitectura en Lefebvre. En I. Gasic, A. Narváez y R. Quiroz (comps.), *Reapropiaciones de Henri Lefebvre: crítica, espacio y sociedad urbana* (Colección Falansterio) (pp. 72-95). Santiago de Chile: Editorial Triángulo.

Escalera-Briceño, A., Palafox-Muñoz, A. y Ángeles-Villa, M. (2018). La producción del espacio turístico en la era del capitaloceno. *Biblio3W. Revista Bibliográfica de Geografía y Ciencias Sociales*, 23(1.254), 1-22. Recuperado de <http://revistes.ub.edu/index.php/b3w/article/view/26827>

Ginard, A. (2018). *El futuro del puerto del Molinar: actuaciones para la mejora de su operatividad y de la integración puerto-ciudad*. Palma de Mallorca: Autoridad Portuaria de Baleares. Recuperado de <https://bit.ly/2Llsw2>

Hammersley, M. y Atkinson, P. (2001). *Etnografía: métodos de investigación* (2.ª ed.). Barcelona: Paidós.

Hof, A. y Blázquez, M. (2015). Changing tourism patterns, capital accumulation, and urban water consumption in Mallorca, Spain: A sustainability fix? *Journal of Sustainable Tourism*, 23(5), 770-796. DOI: 10.1080/09669582.2014.991397

Lanfant, M-F. (1980). Introducción. El turismo en el proceso de internacionalización. *Revista Internacional de Ciencias Sociales*, 32(1), 14-45. Recuperado de https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000262211_spa

Lefebvre, H. (1971). *De lo rural a lo urbano*. Barcelona: Ediciones 62.

Lefebvre, H. (2013). *La producción del espacio*. Madrid: Capitán Swing.

Lefebvre, H. (2014). *El pensamiento marxista y la ciudad*. México, D. F.: Ediciones Coyoacán.

Lefebvre, H. (2018). *Hacia una arquitectura del placer*. Madrid: Centro de Investigaciones Sociológicas (CIS).

Leff, E. (2004). *Racionalidad ambiental: la reapropiación social de la naturaleza*. México, D. F.: Siglo XXI Editores.

Mallorcadiario.com. (30 de enero de 2019a). Vecinos y ecologistas, enfrentados por el proyecto en marcha para El Molinar. *Mallorcadiario.com*. Recuperado de <https://bit.ly/2MeyFbB>

Mallorcadiario.com. (4 de marzo de 2019b). La remodelación del Port del Molinar arranca el 18 de marzo. *Mallorcadiario.com*. Recuperado de <https://bit.ly/2pJ2qcZ>

Mallorcadiario.com. (22 de marzo de 2019c). Los clubes náuticos exigen a Armengol que garantice la supervivencia del Club del Molinar. *Mallorcadiario.com*. Recuperado de <https://bit.ly/355xJyI>

Marx, C. (2016 [1867]). *El capital. Tomo 1. El proceso de producción del capital*. México, D. F.: Siglo XXI Editores.

Morell, M. (2016). Turisme per desposseïció: el treball col·lectiu del patrimoni cultural com a comú denominador urbà. *Quaderns de l'Institut Català d'Antropologia*, 32, 51-69. Recuperado de <https://www.raco.cat/index.php/QuadernsICA/article/view/320289/420517>

Mullins, P. (1991). Tourism urbanization. *International Journal of Urban and Regional Research*, 15(3), 326-342. DOI: 10.1111/j.1468-2427.1991.tb00642.x

Murray, I. (2015). *Capitalismo y turismo en España: del "milagro económico" a la "gran crisis"*. Barcelona: Alba Sud.

Murray, I., Yrigoy, I. y Blázquez, M. (2017). The role of crises in the production, destruction and restructuring of tourist spaces. The case of the

Balearic Islands. *Investigaciones Turísticas*, 13, 1-29. DOI: 10.14198/INTURI2017.13.01

Noticias Mallorca.es. (10 de febrero de 2018). ‘Al Molinar, Port Petit’ considera que la propuesta de la APB ‘se ajusta a las condiciones’ para definir un ‘port petit’. *Noticias Mallorca.es*. Recuperado de <https://bit.ly/354FncM>

Organización Mundial del Turismo (OMT). (2018). *Panorama OMT del turismo internacional. Edición 2018*. Madrid: UNWTO. Recuperado de <https://bit.ly/2AH0V1a>

Palafox, A. (2013). El turismo como eje de acumulación. *Nómadas. Revista Crítica de Ciencias Sociales y Jurídicas, Volumen Especial: América Latina*, 161-174. DOI: 10.5209/rev_NOMA.2013.42347

Pons, A., Rullán, O. y Murray, I. (2014). Tourism capitalism and island urbanization: Tourist accommodation diffusion in the Balearics, 1936-2010. *Island Studies Journal*, 9(2), 239-258. Recuperado de https://www.islandstudies.ca/sites/islandstudies.ca/files/ISJ-9-2-PonsRullanMurray_0.pdf

Rojas, R. (2013). *Guía para realizar investigaciones sociales* (38.ª ed.). México, D. F.: Editorial Plaza y Valdés. Recuperado de <https://raulrojassoriano.com/cuallitlanezi/wp-content/themes/raulrojassoriano/assets/libros/guia-realizar-investigaciones-sociales-rojas-soriano.pdf>

Rullán, O. (2002). *La construcción territorial de Mallorca*. Palma: Editorial Moll.

Secretaría de Estado de Medio Ambiente. (2016). Resolución de 17 de octubre de 2016, por la que se formula declaración de impacto ambiental del Proyecto Remodelación y Mejora de las

Instalaciones del Club Marítimo Molinar de Levante, en Palma de Mallorca. *Boletín Oficial del Estado*, n.º 266, 3/11/2016. Recuperado de <https://www.boe.es/boe/dias/2016/11/03/pdfs/BOE-A-2016-10154.pdf>

Terrasa, M. (22 de marzo de 2019). El Puerto da un ultimátum a los socios del Molinar para que retiren sus barcas. *Diario de Mallorca* [En línea]. Recuperado de <https://bit.ly/2Mecy4O>

Valles, M. (1999). *Técnicas cualitativas de investigación social. Reflexión metodológica y práctica profesional*. Madrid: Editorial Síntesis.

Vicens, M. (12 de febrero de 2019). Las viviendas del Molinar baten récords: el metro cuadrado a 4.600 euros. *Diario de Mallorca* [En línea]. Recuperado de <https://bit.ly/2oUwx0r>

Vidal, J. (1978). *El Molinar*. Palma de Mallorca: Caja de Ahorros y Monte de Piedad de las Baleares, “Sa Nostra”.

Vives, S. y Rullán, O. (2014). La apropiación de las rentas del suelo en la ciudad neoliberal española. *BAGE: Boletín de la Asociación de Geógrafos Españoles*, 65, 387-408. DOI: 10.21138/bage.1758

Vives-Miró, S. y Rullán, O. (2017). ¿Desposesión de vivienda por turistización?: revalorización y desplazamientos en el Centro Histórico de Palma (Mallorca). *Revista de Geografía Norte Grande*, 67, 53-71. DOI: 10.4067/S0718-34022017000200004

Yory, M. (2006). *Ciudad, consumo y globalización: caracterización de las grandes metrópolis en el comienzo de siglo; una mirada desde la relación entre consumo y sociedad*. Bogotá: Pontificia Universidad Javeriana.