



Revista Brasileira de Pesquisa em  
Turismo

E-ISSN: 1982-6125

edrbtur@gmail.com

Associação Nacional de Pesquisa e Pós-  
Graduação em Turismo  
Brasil

Cardona, José Ramón; Azpelicueta Criado, María del Carmen; Serra Cantallops, Antoni  
Propuesta de componentes generales de las actitudes de los residentes: sociedad  
tradicional, desarrollo del turismo y evolución de las actitudes  
Revista Brasileira de Pesquisa em Turismo, vol. 9, núm. 2, mayo-agosto, 2015, pp. 240-  
257  
Associação Nacional de Pesquisa e Pós-Graduação em Turismo  
São Paulo, Brasil

Disponible en: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=504151942004>

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

redalyc.org

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

## Propuesta de componentes generales de las actitudes de los residentes: sociedad tradicional, desarrollo del turismo y evolución de las actitudes

Proposta de componentes gerais das atitudes dos residentes: sociedade tradicional, desenvolvimento do turismo e evolução das atitudes

Proposal for general components of residents' attitudes: traditional society, development of tourism and evolution of attitudes

José Ramón Cardona<sup>1</sup>

María del Carmen Azpelicueta Criado<sup>2</sup>

Antoni Serra Cantallops<sup>3</sup>

**Resumen:** En muchos estudios sobre actitudes de los residentes se analizan los factores determinantes de las actitudes actuales, dividiéndolos en económicos, sociales y ambientales. Si bien los factores y las actitudes resultantes varían de un caso a otro, y, estas diferencias no son debidas únicamente al modelo causal planteado. Resulta de interés situar el análisis en un contexto más general para ayudar a comprender los resultados de los estudios causales tradicionales. En este contexto genérico, puede plantearse que la cultura, sociedad y economía tradicional determinen las actitudes y el desarrollo turístico en sus inicios, afectando al futuro del destino turístico. Con posterioridad, la interacción entre el desarrollo turístico y los residentes se superpone a la sociedad tradicional, determinando la imagen turística, las actitudes de los residentes, la oferta y la demanda. El objetivo de este trabajo es aplicar esta visión global al caso de Ibiza, mediante un estudio historiográfico, para ejemplificar este aporte teórico al análisis de destinos turísticos.

**Palabras Clave:** Sociedad Tradicional. Actitudes de los Residentes. Desarrollo Turístico. Evolución. Ibiza.

**Resumo:** Em muitos estudos sobre as atitudes dos residentes se analisam os fatores determinantes das atitudes atuais dos moradores, dividindo-os em análises econômicas, sociais e ambientais. Embora os fatores e atitudes resultantes

<sup>1</sup> Universidad de las Islas Baleares, Espanha Doctor en Economía de la Empresa. Miembro del Grupo de Investigación Dirección y Gestión de Empresas y Destinos Turísticos. Universidad de las Islas Baleares. E-mail: [jramon.cardona@terra.com](mailto:jramon.cardona@terra.com)

<sup>2</sup> Universidad de las Islas Baleares, Espanha Licenciada en Ciencias del Trabajo, Graduada Social Diplomada y Becaria FPU de Economía de la Empresa en la Universitat de les Illes Balears. Miembro del Grupo de Investigación Dirección y Gestión de Empresas y Destinos Turísticos. E-mail: [m.azpelicueta@uib.eu](mailto:m.azpelicueta@uib.eu)

<sup>3</sup> Universidad de las Islas Baleares, Espanha Licenciado en Ciencias Económicas por la Universidad Nacional de Educación a Distancia, Master of Business Administration por la Middlesex University y Doctor en Economía por la Universitat de les Illes Balears. Profesor Titular de Comercialización e Investigación de Mercados en la Universitat de les Illes Balears. Investigador Principal del Grupo de Investigación Dirección y Gestión de Empresas y Destinos Turísticos. E-mail: [antoni.serra@uib.es](mailto:antoni.serra@uib.es)

variam de um caso para outro, e essas diferenças não se devem apenas ao modelo causal proposto. É interessante colocar a análise num contexto mais geral para ajudar a compreender os resultados dos estudos causais tradicionais. Neste contexto geral, pode-se argumentar que a cultura, a sociedade e a economia tradicionais determinem as atitudes e o desenvolvimento inicial do turismo, afetando o futuro do destino turístico. Posteriormente, a interação entre o desenvolvimento do turismo e os residentes se sobrepõe à sociedade tradicional, determinando a imagem turística, as atitudes dos residentes, a oferta e a demanda. O objetivo deste trabalho é aplicar esta visão global para o caso de Ibiza, através de um estudo historiográfico, para ilustrar essa contribuição teórica na análise dos destinos turísticos.

**Palavras-chave:** Sociedade Tradicional. Atitudes dos residentes. Desenvolvimento do Turismo. Evolução. Ibiza.

**Abstract:** In many studies on residents' attitudes discussed the determinants of current attitudes, dividing them into economic, social and environmental. Although the factors and the resulting attitudes vary from one case to another and these differences not due only to raised causal model. It is of interest to situate the analysis in a more general context to help to understand the results of traditional causal studies. In this generic context, can consider that the culture, society and traditional economy determine attitudes and the tourist development in its inception, affecting the future of the tourist destination. Subsequently, the interaction between tourism development and residents overlaps with traditional society, determining tourist image, residents' attitudes, supply and demand. The objective of this work is to apply this global vision to the case of Ibiza, by a historiographical study, to exemplify this theoretical contribution to the analysis of tourist destinations.

**Keywords:** Traditional Society. Residents' Attitudes. Tourism Development. Evolution. Ibiza.

## 1 INTRODUCCIÓN

El turismo depende de la buena voluntad de los residentes y el apoyo de la población local es esencial para el correcto desarrollo del sector turístico (Besculides, Lee, y McCormick, 2002; Gursoy, Jurowski, y Uysal, 2002; Jurowski, 1994; Ritchie y Inkari, 2006; Stylidis y Terzidou, 2014; Tovar y Lockwood, 2008; Vargas, Plaza, y Porras, 2009; Zhang, Inbakaran, y Jackson, 2006). Además se encuentra ampliamente reconocido que los planificadores y emprendedores del sector turístico deben tener en cuenta los puntos de vista de la comunidad residente si quieren un sector sostenible (Allen *et al.*, 1988; Ap y Crompton, 1998; Belisle y Hoy, 1980; Byrd, Bosley, y Dronberger, 2009; Gursoy, Chi, y Dyer, 2010; Nunkoo y Ramkissoon, 2012). Hay muchas razones por las que la reacción de los residentes es importante (Williams y Lawson, 2001) y la investigación de las causas de sus actitudes hacia el turismo es una gran ayuda para los gestores turísticos. Si se conoce el porqué del apoyo u oposición de los residentes, es posible adecuar el desarrollo de forma que se minimicen los impactos negativos y se maximice el apoyo al desarrollo turístico (Williams y Lawson, 2001). Cuando una comunidad se convierte en destino turístico, la calidad de vida de los residentes resulta afectada por este desarrollo. El desarrollo turístico incluye un aumento de la población, un mayor uso de las infraestructuras y todo un conjunto de cambios en diversas variables socioeconómicas (Gursoy, Jurowski, y Uysal, 2002; Wall y Mathieson, 2006). Los impactos del turismo en la calidad de vida de los residentes debe permitir un aumento o al menos un mantenimiento de la misma (Andereck y Nyaupane, 2011; Andereck *et al.*, 2007; Kim, Uysal, y Sirgy, 2013; Williams y Lawson, 2001).

Contar con el apoyo de la población resulta fundamental ya que la amabilidad de los residentes es un elemento básico del producto turístico. El enfado, la apatía y la desconfianza de los residentes terminan por afectar a los turistas, los cuales pierden el interés por visitar los lugares donde no se sienten bienvenidos (Fridgen, 1991). Una de las motivaciones del turismo es de tipo psicosocial (escapar de la rutina y del entorno habitual) que suele implicar un aumento del contacto con los individuos del entorno

durante la estancia en el destino turístico (Gómez, San Martín, y Bertiche, 1999), y si el trato que recibe de estas personas es hospitalario obtendrá una experiencia agradable.

El objetivo de este trabajo es, mediante un análisis de tipo historiográfico aplicado al caso de Ibiza, proponer la interacción de tres elementos (sociedad, turismo y actitudes de los residentes) y su evolución a lo largo del tiempo como marco conceptual general en el que englobar los estudios de actitudes de los residentes cuantitativos. Ibiza es una isla del mediterráneo occidental de 572 kilómetros cuadrados de superficie y 140.000 habitantes, con una fuerte dependencia económica de los más de 2,400.000 turistas que recibe anualmente (Institut d'Estadística de les Illes Balears).

## 2 REVISIÓN DE LA LITERATURA

En la evolución del concepto actitud del residente, un primer bloque de investigadores centra su trabajo en medir actitudes y en evaluar sus relaciones con los impactos percibidos (Akis, Peristianis, y Warner, 1996; Amuquandoh, 2010; Andereck y Nyaupane, 2011; Draper, Woosnam, y Norman, 2011; Faulkner y Tideswell, 1997; Gursoy, Chi, y Dyer, 2009; Haralambopoulos y Pizam, 1996; Jurowski, Uysal, y Williams, 1997; Kim, Uysal, y Sirgy, 2013; Lindberg y Johnson, 1997; Nunkoo y Gursoy, 2012; Sharma y Dyer, 2009; Vargas, Porras, y Plaza, 2011; Woosnam, 2012; Zarnani- Farahani y Musa, 2012; Zhang, Inbakaran, y Jackson, 2006). Así, se ha llegado a un cierto consenso, que agrupa los impactos, beneficios y costes, en tres o cuatro categorías que recogen el marco económico, social, cultural y medioambiental (Andereck *et al.*, 2005; Gursoy y Rutherford, 2004; Gursoy, Jurowski, y Uysal, 2002; Nunkoo y Ramkissoon, 2010; Stylidis y Terzidou, 2014; Wall y Mathieson, 2006):

- En la vertiente económica (Diedrich y García, 2009; Lee, Li, y Kim, 2007; McDowall y Choi, 2010), que es la principal causante de las actitudes positivas en las comunidades (Andereck y Vogt, 2000), se observan dos visiones, una pro-desarrollo y una anti-desarrollo, en la que el desarrollo desmesurado del turismo no planificado y de baja calidad produce costes económicos percibidos por la población.
- En las dimensiones social y cultural (Dyer *et al.*, 2007; Ko y Stewart, 2002; Kroshus-Medina, 2003; McDowall y Choi, 2010; McGehee y Andereck, 2004; Perdue, Long, y Allen, 1987; Ritchie y Inkari, 2006; Terzidou, Stylidis, y Szivas, 2008; Tosun, 2002) debido a los diversos valores existentes en la comunidad receptora, la influencia en la vida cotidiana o familiar, etc. se producen interacciones entre residentes y turistas que pueden afectar a la expresión de vida, creándose tanto nuevas oportunidades sociales y culturales (McDowall y Choi, 2010; McGehee y Andereck, 2004; Ritchie y Inkari, 2006; Terzidou, Stylidis, y Szivas, 2008), como generar sensación de agobio, presión, reducción, congestión, abandono etc. (Dyer *et al.*, 2007; Ko y Stewart, 2002; Kroshus-Medina, 2003; Tosun, 2002) en la vida del residente amenazando su identidad cultural y realidad social.
- En la dimensión medioambiental (Gu y Ryan, 2008; Latkova y Vogt, 2012; Ovidio, Castellanos, y Martín, 2008; Terzidou, Stylidis, y Szivas, 2008) también existe una doble vertiente positiva y negativa. Por un lado, el turismo puede ser el motivo de protección de recursos naturales. Por otro, Jensen (1989) y Meyer-Arendt (1990) son los autores que han definido de forma más clara la relación entre desarrollo turístico y medioambiente, llegando a la conclusión de que cuando el desarrollo aumenta los impactos negativos también crecen (Priestley y Mundet, 1998).

Una vez definido el marco de beneficios y costes a considerar, la literatura inicia la búsqueda de variantes que renuevan o actualizan los impactos, beneficios y costes, y por tanto mejora la medición de las actitudes de los residentes. En estas investigaciones se ahonda en los factores o condicionantes que varían la intensidad o sentido del impacto, positivo o negativo. Entre estos factores, los investigadores (Bramwell, 2003; Bujosa y Rosselló, 2007; Gursoy y Kendall, 2006; Lepp, 2007; Lindberg, Dellaert, y Rassing, 1999; Mason y Cheyne, 2000; Weaver y Lawton, 2001; Williams y Lawson, 2001; Yoon, Chen, y Gursoy, 1999) descubren variabilidad en los impactos ante dos dimensiones de análisis, una interna, intrínseca, y otra externa, extrínseca, que recogen los factores o condicionantes de los impactos (Andereck *et al.*, 2005; Deery, Jago, y Fredline, 2012; Faulkner y Tideswell, 1997; Fredline y Faulkner, 2000; Jurowski y Gursoy, 2004):

- En el análisis interno los estudios llegan a la conclusión de que la comunidad es diversa y heterogénea y por tanto los impactos pueden variar según las características y circunstancias de los individuos. Así en las intrínsecas los autores consideran la proximidad geográfica a la actividad turística, la implicación en la actividad o proceso turístico y las características socio-demográficas, etc.
- El análisis de factores extrínsecos localiza sus esfuerzos en las reacciones del residente a nivel macro, de forma que generan un impacto de cierta homogeneidad en la comunidad. Consideran aspectos como la etapa de desarrollo del destino, la estacionalidad o las diferencias entre residentes y turistas, etc.

De forma breve, esta es la estructura habitualmente analizada en los estudios de actitudes de los residentes. Es un enfoque que busca determinar qué elementos causan las actitudes de los residentes hacia el turismo en el momento presente. Es un modelo causal muy útil y explicativo pero resultan más comprensibles las actitudes si este modelo se encuadra en un marco conceptual más genérico. Este marco conceptual general estaría formado por tres elementos:

- La sociedad tradicional. Son los cimientos sobre los que se produce el desarrollo turístico y la evolución de las actitudes. Por tanto, es la pieza fundamental en los inicios del turismo y pierde importancia con el tiempo y el desarrollo turístico.
- El desarrollo turístico hasta el momento presente. Viene determinado por las actitudes de los residentes y los atractivos del destino, elemento parcialmente vinculado a la sociedad tradicional y al entorno natural. Con el tiempo este elemento sustituye a la sociedad tradicional como elemento de determinación de las actitudes de los residentes.
- La evolución de las actitudes de los residentes hasta el momento presente. Inicialmente, es el resultado de la sociedad tradicional y, progresivamente, es determinada por el desarrollo turístico, en especial la interacción entre turista y residentes.

### 3 METODOLOGÍA

El objetivo de este trabajo es exponer los elementos mencionados (sociedad tradicional, desarrollo turístico y evolución de las actitudes) en el caso concreto de Ibiza. Se trata, por tanto, de un análisis de tipo historiográfico que en base a la bibliografía y documentación disponible busca exponer, para el caso de Ibiza, como son los tres elementos mencionados y como han interactuado y evolucionado durante los últimos cien años. Este trabajo se aparta del tradicional y mayoritario análisis cuantitativo de las actitudes de los residentes. Para algunos autores (Sharpley, 2014; Woosnam, 2012; Zhang, Inbakaran y Jackson,

2006) el predominio de los análisis cuantitativos aporta una cierta debilidad al análisis en este campo, al ser una visión potencialmente incompleta.

#### 4 SOCIEDAD TRADICIONAL IBICENCA

La sociedad tradicional ibicenca posee diversas peculiaridades que la diferencian de las regiones limítrofes. Muchos investigadores, profesionales o aficionados, han intentado explicar sus particularidades, pero aún hoy hay más hipótesis que certezas. Además la escasez de documentación antigua es una gran dificultad para buscar explicaciones o simplemente para conocer que sucedía en el pasado. Ya en el siglo XIX, Gaston Vuiller afirmaba que "La historia de Ibiza es poco conocida y faltan documentos ciertos para realizarla" (Vuiller, 2000, p. 36).

En el siglo XX los autores que intentan comprender la sociedad primitiva aumentan, permitiendo conocer cómo era la Ibiza que encontraron los primeros aventureros que la visitaron (Alarco, 1981; Barberó, 1984; Cirer, 1998, 2002, 2004; Demerson, 1983; Ferrer, 1981; Joachim y Rotthier, 1992; Macabich, 1966-1967; Marí, 2001; Navarro, 1901; Planells, 1984; Ramón, 2001; Rozenberg, 1990; Selz, 2000; Serra, 2000; Torres, 1998, 1999; Valero, 2001; Veny, 1999; Vilàs, 1989). Gracias a estos autores conocemos algunos de los rasgos más característicos de la sociedad insular preturística.

La isla se caracterizó, durante mucho tiempo, por una estructura social relativamente igualitaria (Alarco, 1981) y una cierta oposición entre el campo y la ciudad (Vila, 1962). Las desigualdades entre los diversos estratos de la población permanecían dentro de los estrechos límites de una economía de subsistencia, aunque no había focos de mendicidad en situación de extrema precariedad como en otras regiones, y no llegaron a constituirse grupos sociales antagónicos (Alarco, 1981). Los pocos terratenientes que existían vivían en Dalt Vila y tenían un poder muy limitado, lejos del de los terratenientes de Mallorca (Cirer, 2004). Cabe mencionar que todos los viajeros que pasaron por Ibiza entre finales del siglo XIX y principios del XX se sorprenden de la mínima estratificación social existente. Enrique Fajarnés Cardona lo resume en pocas palabras: "En Ibiza no hay nobleza titulada. Un estilo popular de vida ha teñido a toda la sociedad ibicenca" (Fajarnés, 1995). "Ibiza, Guía del Turista", de Arturo Pérez-Cabrero, describía con bastante exactitud la Ibiza de principios del siglo XX y reflejaba la ausencia de clases sociales entre la población local (Ramón, 2001):

Las costumbres son morales y viven con modestia, pobres y ricos, con pocas diferencias [...]. Con frecuencia se ven en tertulias y cafés, formando grupos de amigos, ricos con pobres, señores con obreros, soldados y clérigos. No hay clases y si las hay no se distinguen (Fajarnés, 1995).

Todos los que escriben sobre Ibiza a principios del siglo XX están de acuerdo en un segundo elemento característico: el carácter ibicenco es extraordinariamente individualista y poco dado a la participación en cualquier tipo de negocio o actividad que implique el concurso de un número importante de personas sin vínculo entre sí. Esto no quiere decir que los ibicencos no puedan montar negocios en los cuales participen diversas personas, pero cuando se asocian lo hacen en un número reducido y buscan los socios potenciales entre los que pertenecen a su círculo más próximo (Cirer, 2004). En la primera mitad del siglo XX, el individualismo de los ibicencos unido a un cierto desconocimiento o ignorancia de las posibilidades del sector turístico hizo que entidades como la Cámara de Comercio de Ibiza, el Fomento del



Turismo, etc. fracasaran o se vieran reducidas a un pequeñísimo grupo de empresarios de la capital que intentaban llevar adelante algunas acciones de promoción turística (Ramón, 2001).

Como tercera peculiaridad se puede comentar que el hábitat rural era disperso, característica no tradicional en las regiones más cercanas. Mientras que lo normal es que la población rural se encuentre concentrada en pueblos rodeados por las tierras de labranza, en Ibiza cada familia vive sobre el terreno de su propiedad. El resultado es que los núcleos urbanos son de creación muy reciente, salvo Ibiza ciudad, y las casas se encuentran esparcidas por el territorio de una forma bastante homogénea. Este hecho facilita la preservación de la intimidad familiar y será un elemento clave para facilitar la instalación de artistas y personas de la contracultura en la isla.

La inexistencia de pueblos conllevaba la falta de negocios dedicados a atender a las personas que se encuentran fuera de casa (alojamiento, comida, etc.), obligando a la población rural a conservar un fuerte sentido de la hospitalidad. Eran hospitalarios y respetuosos con todas las personas que llegaban a la casa, conocidos o no, con el objetivo de que en un futuro pudieran recibir esta hospitalidad ellos, de conocidos o no. Esta costumbre, antigua y olvidada en otros lugares, hizo que los extranjeros fueran recibidos con amabilidad por parte de los ibicencos, aunque no se conocieran.

Finalmente, otro elemento que caracteriza a la sociedad insular es la mentalidad autárquica a que obligaba el hecho de ser una isla expuesta a ataques piratas y a problemas de comunicación con el exterior. Durante siglos la inseguridad en el Mediterráneo mantuvo a la isla en una situación de casi total aislamiento y bajo la amenaza de ataques berberiscos. A pesar de que esta amenaza se podía dar por erradicada desde principios del siglo XIX, los ibicencos mantuvieron muchos de los elementos a que obligó. Uno de los elementos era la economía de subsistencia y la autarquía, es decir poder vivir de lo que producía la explotación familiar. Aunque a partir de la segunda mitad del XIX se inician las exportaciones e importaciones de diversos productos (Cirer, 2004), aún a principios del XX continuaba teniendo presencia este tipo de mentalidad preventiva. La autarquía no era un elemento tan característico de la sociedad insular como los elementos comentados en párrafos anteriores, pero si posee importancia capital para entender el aspecto primitivo que atrajo a los primeros visitantes y turistas.

La sociedad tradicional que existía a principios del siglo XX fue desapareciendo con la evolución del turismo, el cual generó la sociedad actual. El cambio fue tan grande y rápido que cuando los ibicencos evocan su Historia la dividen en dos etapas: “antes del turismo” y “ahora”.

## 5 EVOLUCIÓN DEL TURISMO E IMAGEN DE LA ISLA

El proceso de cambio sufrido por las áreas turísticas europeas, especialmente las del Mediterráneo, es descrito por Christaller (1963). Christaller (1963) menciona que primero llegan los pintores, buscando un lugar poco conocido e intacto para pintar, que lentamente forman una colonia de artistas. Tras los pintores llegan escritores, actores, etc. y el destino empieza a adquirir glamur. Con ello aparecen los primeros emprendedores y los primeros hoteles y casas en la costa, tras lo cual los pintores empiezan a abandonar la región en busca de otra región menos conocida y más tranquila. Sólo los pintores más comerciales continúan en la región, rentabilizando la imagen de refugio de pintores. Tras esto el destino se pone de moda y se inician los viajes organizados y el turismo de masas. Además indica que este ciclo ocurre a la vez en distintos lugares, pasando de ser destinos de moda a destinos masificados. La descripción de Christaller (1963) es perfectamente aplicable al caso de Ibiza.

El turismo en Mallorca surgió como un nuevo destino para la *high society* de la época, que ya frecuentaba desde hacía años la Costa Azul francesa y la Riviera italiana, las cuales se empezaban a convertir en destinos "masificados" para los gustos de estas personas (Buades, 2004, 2006). Mientras Mallorca inició el desarrollo turístico a partir de la alta sociedad de la época que buscaba nuevos destinos, Ibiza se convirtió en un destino barato y tranquilo para los bohemios de Europa, gracias a las peculiaridades de la sociedad tradicional ibicenca (atraso económico, hospitalidad y tolerancia).

Los primeros antecedentes turísticos se encuentran en las dos primeras décadas del siglo XX. En esta época aparecen las primeras referencias a llegadas de visitantes y los primeros indicios de existir personas, entre los ibicencos, interesadas en desarrollar una "industria de los forasteros". Aunque el turismo aún era sólo una posibilidad de futuro contemplada por unos pocos empresarios de la ciudad, hechos como la limitación de las armas y, sobre todo, la difusión de la costumbre de pintar las casas de blanco parecen indicar la existencia de una intención por parte de las administraciones de diseñar un "producto vendible", es decir, buscaban acercar la realidad de la isla a la imagen de "Isla Paradisiaca". Estos cambios, junto con la evolución posterior, hicieron que Ibiza fuera adquiriendo una imagen de isla cálida, luminosa, económica, frecuentada por bohemios, con ocio nocturno y tolerante (nudismo, ambiente gay, etc.), es decir lo que buscaban los turistas que venían a España en la segunda mitad del siglo XX (Gaviria *et al.*, 1975; Instituto Español de Turismo, 1979).

Los artistas e intelectuales que empezaron a llegar a la isla a partir de los años treinta y, sobretudo, en los años cincuenta actuaron como difusores de Ibiza como destino turístico, sirvieron de punto de contacto entre la población residente y los recién llegados, y fueron la primera fase de la evolución en las tipologías turísticas, a pesar de su poco peso cuantitativo. La importancia de los artistas e intelectuales en el desarrollo turístico de Ibiza era percibida por las autoridades y la población en general. En un informe de la Dirección General de Seguridad del Ministerio de la Gobernación de 7 de marzo de 1969 en relación a la presencia masiva de hippies, menciona a los artistas como los pioneros de la presencia extranjera en Ibiza (Cerdà y Rodríguez, 1999).

A partir de la llegada de artistas en los años treinta, cada nueva oleada de llegadas se caracterizaba por un mayor tamaño numérico y un menor nivel cultural: en los años treinta eran unos pocos artistas e intelectuales de primera fila a nivel europeo; en los años cincuenta eran muchos más pero de un nivel no tan relevante y algunos sólo eran personas con estudios superiores; los hippies y turistas de los sesenta y principios de los setenta eran muy numerosos y su nivel cultural y económico inferior al de etapas precedentes, pero aún eran personas culturalmente por encima de la media, y las clases humildes se convierten en predominantes entre los turistas de la isla a partir de los años ochenta. Por tanto, la tipología de los turistas y visitantes ha seguido una evolución caracterizada por un constante aumento del número de personas llegadas a la isla, combinado con un descenso progresivo de su nivel cultural medio.

En este proceso cada oleada de llegadas actuaba de atractivo para la siguiente oleada: los artistas de los años treinta atrajeron a los visitantes de los años cincuenta (artistas, *beatniks*, *vividors*, etc.); los visitantes de los años cincuenta, principalmente artistas y *beatniks*, atrajeron a los hippies de los años sesenta y setenta, y los hippies atrajeron a los *clubbers* de décadas posteriores. Además, en cada nueva oleada de llegadas se producía una pérdida de peso de la tranquilidad y el ambiente cultural entre los motivos de la visita y ganaba peso la libertad de conducta y el ocio nocturno.

Probablemente el momento de la evolución del turismo con mayores contrastes y cambios sea el que va de los años cincuenta a los años setenta. La imagen difundida por la prensa, de Ibiza como refugio de artistas y marginales, tiene como contrapunto la realidad compleja de una sociedad tradicional en



proceso de incorporación al mundo moderno, sacudida por el fuerte crecimiento turístico y la llegada masiva de foráneos (peninsulares que llegan a la isla para trabajar en la construcción y el turismo, artistas, hippies, extranjeros en busca de una primera o segunda residencia en un lugar más cálido y tranquilo, etc.). Destaca la importancia que tuvo el movimiento hippie para la difusión de la isla en el exterior y el inicio del boom turístico. La isla arcaica, tranquila y acogedora que mostraban los medios de comunicación de toda Europa fue un gran imán para los miembros del movimiento hippie e hizo que llegaran de forma importante entre 1968 y 1974, aportando creencias propias de la contracultura. Se publicaron cientos de artículos, miles de fotografías propagaron la explosión pacifista contracultural en Ibiza, y a resultas de aquella publicidad también comenzó el turismo de masas que, a la postre, destruiría la esencia y la belleza de la isla (Planells, 2002), cumpliéndose la paradoja del turismo (OCDE, 1980).

A mediados de los setenta, una masa de turistas había tomado el relevo definitivo de los artistas y los hippies. La sociedad que atrajo la atención de turistas y medios de comunicación dio paso a las discotecas y el glamur pseudohippie (Planells, 2002). Tras los años del movimiento hippie se forma la que, con pocos cambios, es la situación actual: el turismo tiene unos volúmenes muy grandes y es el puntal de la economía local, la sociedad es muy heterogénea (con personas de muchos orígenes y culturas) y los individuos tienen una gran movilidad a la hora de residir o trabajar, los efectos negativos del turismo (delincuencia, drogas, prostitución, congestión de las infraestructuras, etc.) son muy importantes y generan la aparición de posturas críticas con el desarrollo turístico, las discotecas y los establecimientos de ocio nocturno toman relevancia mundial, etc. Todo ello ha llevado a la preocupación por el futuro del sector y como corregir los problemas que se acumulan. En este entorno es donde la preocupación por las actitudes de los residentes o, de una forma más general, por saber que quieren los residentes de cara al futuro ha empezado a tomar cuerpo entre los gestores del sector.

## 6 EVOLUCIÓN DE LAS ACTITUDES DE LOS RESIDENTES

No hay estudios sobre las actitudes de la sociedad ibicenca hacia el turismo hasta tiempos muy recientes. Ahora bien, las indagaciones de diversos autores (Cirer, 2004; Cooper, 2002) inducen a pensar que los ibicencos vieron con buenos ojos el turismo porque hizo posible cambiar la sociedad para combatir la miseria y atraso endémicos de la isla. Sin embargo este apoyo no ha representado una falta de sentido crítico y de reconocimiento de los inconvenientes del turismo, en parte porque estando inmerso en el turismo es difícil no percibirlos. Esto indica que la situación económica, y consecuentemente social, de atraso de la población autóctona generó actitudes lo suficientemente positivas como para que las primeras fases del desarrollo turístico transcurrieran sin escollos por esta parte.

Si se toma como indicador de las actitudes hacia el turismo de principios del siglo XX las publicaciones que se realizaban en Ibiza, resulta una posición mayoritariamente favorable al turismo. Destaca el activismo del *Diario de Ibiza*, publicación vinculada al mundo comercial de La Marina. A partir de mediados años veinte la necesidad de promover el turismo constituye un tema primordial en sus columnas (Cirer, 2004; Ramón, 2001). La *Voz de Ibiza*, periódico más vinculado a la derecha tradicional, no es tan contundente en sus comentarios, pero no plantea ninguna oposición explícita al fenómeno turístico, más bien al contrario, ya que los propietarios de Dalt Vila no eran tan ricos como en otras partes de España y también tenían la esperanza de mejorar económicamente con el turismo (Cirer, 2004).

Es difícil encontrar posiciones claras de oposición al turismo. Lo que si aparecen son posiciones a favor del inmovilismo social y religioso, en contra de cualquier contacto con el mundo exterior que

contamine la pureza del mundo tradicional ibicenco. En este caso consiste en el temor, por parte de algunos miembros de la sociedad insular, de que la llegada de gente de fuera destruya el paisaje y la identidad cultural de la isla (Cirer, 2004).

En los años cincuenta y sesenta se producen importantes cambios en la economía y sociedad insular favorecidos por una creciente actitud favorable hacia el desarrollo turístico. Esta actitud favorable fue espoleada por la pobreza vivida durante los años posteriores a la Guerra Civil y la Segunda Guerra Mundial, la cual hizo que los ibicencos empezaran a tomar conciencia de las posibilidades económicas del turismo. A partir de los años cincuenta la población entusiasta con el turismo es notoriamente superior en número a la etapa previa a la Guerra Civil, como prueba el aumento de empresarios del sector, la mayor implicación de estos en las actividades de promoción turística y la aparición de una generación de gente joven que trabaja en el sector y se encuentra inmersa en la nueva cultura, en contraposición a la generación de sus padres que permanece anclada en la sociedad tradicional (Rozenberg, 1990).

El turismo internacional abre una puerta a las influencias exteriores. El desarrollo turístico y sus efectos directos, el contacto continuo con los extranjeros y “forasteros” y el papel de los medios de comunicación se conjugan para cambiar la sociedad local. La influencia externa ha hecho que algunos autores (Rozenberg, 1990) propongan asimilar el fenómeno turístico al fenómeno colonial, ya que consideran que se producen algunas similitudes como: la instauración de una relación de dependencia de la sociedad receptora respecto de los centros emisores de turistas; el rol dominante, bajo diferentes aspectos, de una minoría extranjera en sus relaciones con una mayoría autóctona, y los antagonismos y conflictos de intereses resultantes del contacto de civilizaciones heterogéneas, así como la instrumentalización de la sociedad visitada. El resultado es que la población local se esfuerza por imitar las costumbres de lo que considera “la modernidad”, es decir los vicios y costumbres que muestran los turistas cuando se encuentran en la isla.

Dentro de la evolución del turismo y la sociedad, cabe destacar un fenómeno que causó una importante influencia en la imagen de Ibiza y en las opiniones de los residentes hacia las personas llegadas de fuera, y en especial de los turistas. El movimiento hippie marcó un antes y un después en la evolución de la isla. En un primer momento, los hippies y su modo de vida causaron una reacción de sorpresa entre la población autóctona de la isla pero pronto surgieron opiniones críticas y desavenencias. Los hippies admiraban la vida tradicional y austera de los ibicencos y pretendían imitarla a la vez que rechazaban la modernidad. Por contra los ibicencos anhelaban alcanzar los estilos de vida de los europeos y los norteamericanos, porque la vida tradicional de la isla se vinculaba a un tiempo de miseria y atraso socioeconómico (Cooper, 2002). La idea general que se puede concluir sobre la relación entre hippies e ibicencos es que había una gran tolerancia entendida en el sentido de permitir comportamientos con los que no se está de acuerdo, alterada de vez en cuando por reacciones producidas al rebasarse los límites autoimpuestos a esa tolerancia. Un comportamiento pacífico no implica, como en este caso, una imagen favorable, y la imagen que tenía la población autóctona del fenómeno hippie era bastante negativa al ser la antítesis de sus costumbres, valores, creencias y expectativas.

Tras la etapa de presencia hippie, la actitud positiva hacia el turismo, debida a los beneficios económicos que generaba, empieza a ser matizada por un conjunto de impactos negativos que hacen que se reduzca el optimismo inicial de los residentes y, en algunos casos, aparece una clara hostilidad hacia el turismo (Buades, 2006; Rozenberg, 1990).

Una de las consecuencias sociales del desarrollo turístico en Ibiza es la inversión de los flujos migratorios. La partida de jóvenes ibicencos hacia América del Sur o Argelia cumplió una función reguladora esencial en la

sociedad tradicional. Con la expansión del turismo la tendencia se invierte, no sólo no tiene que emigrar la población de la isla sino que además se produce una inmigración procedente de regiones pobres de la península que ocupa empleos asalariados en la construcción y en la hostelería. Al principio, el flujo de inmigrantes comprende trabajadores que retornan a su lugar de residencia habitual al final del verano. Progresivamente esta población se afianza en la isla: unas veces por casamientos con ibicencos y, otras, por el establecimiento definitivo de familias con hijos (Rozenberg, 1990). Desde la década de los noventa la inmigración peninsular ha sido eclipsada por la inmigración extranjera. El alud de oportunidades de trabajo poco cualificado (especialmente en la construcción y en tareas domésticas) han convertido la isla en un polo de atracción de trabajadores procedentes de países en vías de desarrollo (Buades, 2006; Murray, Rullan, y Blázquez, 2005). El hecho de que gran parte de la población sea de ascendencia foránea ha hecho que sea una población muy flotante y décadas de inmigración (trabajadores, artistas, *beatniks*, hippies, etc.) aportan una enorme complejidad a la sociedad que tendrá su reflejo en las actitudes.

Este proceso de décadas ha llevado a que, en tiempos recientes, se valore el futuro del sector más fríamente que en épocas anteriores. Entre los efectos vinculados al turismo y que han colaborado a cambiar la sociedad y a generar las actitudes actuales, cabe mencionar: la fuerte inmigración que ha acompañado al desarrollo del sector, el surgimiento de desigualdades económicas entre los residentes, la acumulación de turistas en zonas y épocas muy concretas, problemas de colapso de infraestructuras, fuertes impactos medioambientales y paisajísticos, altísimo paro y economía sumergida (Buades, 2006; Murray, Rullan, y Blázquez, 2005), la elevación de precios, etc.

Como resultado de la evolución vivida, el turismo es defendido como sector económico por la población residente a causa de que es el principal sustento económico. El turismo les ha permitido una rápida mejora material al no requerir una cualificación profesional o unos conocimientos muy avanzados, pero les ha generado un conjunto de inconvenientes que no escapan a su atención y consideran que es el precio, o la contrapartida, al desarrollo alcanzado (Rozenberg, 1990).

## 7 CONCLUSIONES

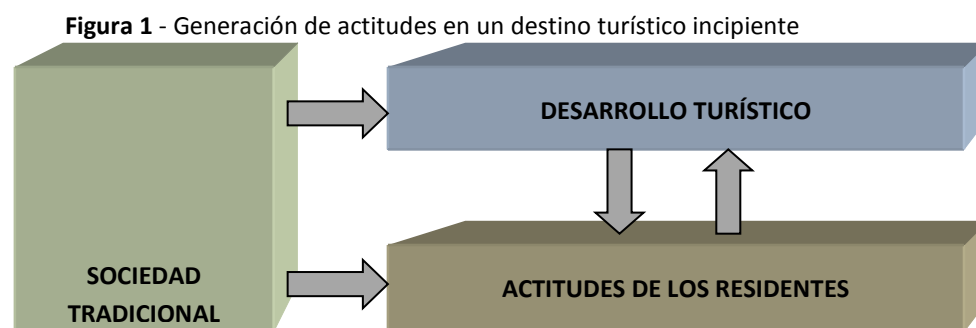
En el caso de Ibiza, los cambios producidos en la sociedad local con el turismo han provocado que la cultura tradicional se encuentre muy diluida y mermada, siendo una de las principales críticas que se realizan en la actualidad al turismo (Buades, 2006). La preocupación por la pérdida de la cultura tradicional a llevado a diversos grupos a un proceso de "resurrección" parecido al descrito por Medina (2003), en donde las tradiciones vuelven a la vida a través de los trabajos de investigación y no a través de la tradición oral de la comunidad, generando una ruptura en la transmisión de estas costumbres (Rozenberg, 1990).

Una característica de la sociedad de Ibiza, causada por el turismo, es que se detecta a lo largo del siglo XX una superposición estanca de culturas y comportamientos que hace que fenómenos de mera simultaneidad temporal se interpreten como signos inequívocos de cosmopolitismo. Es el fenómeno de la multiplicidad y multivocidad de Ibiza, provocado por la llegada de diversas oleadas de foráneos que no se han llegado a integrar en la sociedad local. Estos universos paralelos (Rozenberg, 1990) o microclimas humanos (Planells, 2002) en que se estructura la sociedad, formados por distintos grupos sociales (población autóctona, artistas y miembros de la contracultura, famosos y ricos, etc.) se desplazan por el mismo espacio físico pero no entran, a nivel social, en contacto e incluso se ignoran mutuamente. Todo ello favorecido por el hecho de que la población ibicenca se encontraba, hasta poco antes de empezar el turismo, dispersa y con unos niveles de desarrollo que obligaba a conservar costumbres de hospitalidad

primitivas, cuya pervivencia se prolongará en el siglo XX. Probablemente, la fama de pueblo hospitalario en otros destinos turísticos se deba a la pervivencia de este mismo tipo de hospitalidad primitiva.

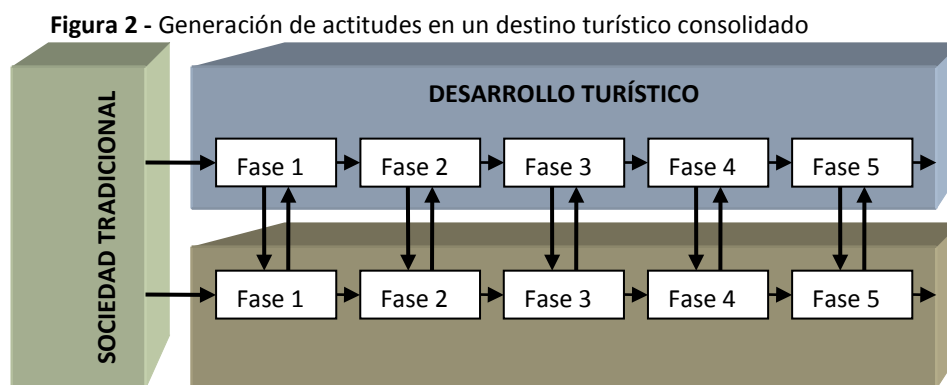
Con el desarrollo turístico aparecen las verdaderas desigualdades en el acceso a la riqueza y en su distribución. El anárquico desarrollo de la industria hotelera engendra diferencias en materia económica y de estatus social, similares a las que se dan en otras regiones. En muchos casos la suerte y el hecho de haber entrado en el sector turístico antes hacía que unas personas tuvieran mayores patrimonios y rentas que otras, cuando todas ellas partían de una situación económica similar. Una de las características de la nueva sociedad que se creó fue que las diferencias económicas y sociales no coinciden necesariamente. Así, por ejemplo, existían campesinos enriquecidos por la venta de tierras y por el negocio de la construcción de hoteles y viviendas, que acusan, sin embargo, un retraso evidente en el plano educativo y profesional en relación con otros, cuya condición económica, no obstante, es más modesta (Buades, 2006; Murray, Rullan, y Blázquez, 2005; Rozenberg, 1990). Estas desigualdades sociales y los impactos medioambientales generados por el turismo fueron minando las posturas positivas mayoritarias que había inicialmente en las actitudes de los residentes de Ibiza.

Vemos que la cultura tradicional, la fase del ciclo de vida en que se encuentra un destino y las características peculiares de su desarrollo tienen un peso muy importante en la determinación de las actitudes de los residentes en un momento determinado. A lo largo de las distintas fases del ciclo de vida del destino turístico, la sociedad cambia por efecto de la evolución turística, y con ella las actitudes de los residentes. Por tanto, para comprender las actitudes de la población en un momento dado es necesario conocer el punto de partida (la sociedad tradicional) y los cambios que se han producido desde ese punto de partida (desarrollo turístico y efectos colaterales) hasta el momento actual.



Fuente: elaboración propia

Cuando una región se encuentra en los inicios de su desarrollo turístico conociendo las características del desarrollo presente y la sociedad tradicional donde se asienta es suficiente para comprender las actitudes adoptadas por los residentes (**Figura 1**). Pero cuando la región lleva muchos años de desarrollo turismo, como es el caso de destinos maduros como Ibiza, es necesario estudiar la evolución turística del destino y las actitudes generadas en cada momento para comprender las actitudes presentes (**Figura 2**).



Fuente: elaboración propia

El ejemplo de Ibiza induce a proponer que los tradicionales estudios de actitudes de los residentes se enmarquen en el contexto propio de la región estudiada. Lo cual implica la realización de estudios culturales de tipo sociológico y antropológico de la comunidad local, completados con estudios de tipo histórico en el caso de destinos maduros. Ya que parece lógico suponer que las diferencias en la sociedad tradicional es el principal motivo que explica porque algunas regiones se desarrollan como destino turístico y otras no lo hacen, o lo hacen de forma lenta. Y los estudios históricos del desarrollo turístico de la región y de la sociedad preturística son de gran ayuda para entender las diferencias en la oferta y demanda de los destinos turísticos maduros, recordando que las características del desarrollo turístico de una región, junto con las peculiaridades de la sociedad, son elementos clave en los modelos causales que habitualmente estudian las causas de las actitudes de los residentes.

La principal limitación de este trabajo es que se trata de un estudio de caso, es decir un ejemplo concreto. Por tanto, es difícil generalizar pero si es un primer paso para plantear la necesidad de contextualizar de forma más amplia los estudios cuantitativos sobre actitudes de los residentes. Posibles líneas futuras de este estudio serían su repetición en otros destinos turísticos y, sobre todo, incorporar esta visión más general en los estudios cuantitativos para comprobar si puede explicar las discrepancias entre estudios causales realizados en diferentes destinos.

## REFERENCIAS

- Akis, S., Peristianis, N., & Warner, J. (1996). Residents' attitudes to tourism development: the case of Cyprus. *Tourism Management*, 17(7), 481-494.
- Alarco, C. (1981). *Cultura y personalidad en Ibiza*. Madrid: Editora Nacional.
- Allen, L. R., Long, P. T., Perdue, R. R., & Kieselbach, S. (1988). The impact of tourism development on residents' perceptions of community life. *Journal of Travel Research*, 27(1), 16-21.
- Amuquandoh, F. (2010). Lay concepts of tourism in Bosomtwe Basin, Ghana. *Annals of Tourism Research*, 37(1), 34-51.
- Andereck, K. L., & Nyaupane, G. (2011). Exploring the nature of tourism and quality of life perceptions among residents. *Journal of Travel Research*, 50(3), 248-260.
- Andereck, K. L., & Vogt, C. A. (2000). The relationship between residents' attitudes toward tourism and tourism development options. *Journal of Travel Research*, 39(1), 27-36.

- Andereck, K. L., Valentine, K. M., Knopf, R. C., & Vogt, C. A. (2005). Residents' perceptions of community tourism impacts. *Annals of Tourism Research*, 32(4), 1056-1076.
- Andereck, K. L., Valentine, K. M., Vogt, C. A., & Knopf, R. C. (2007). A cross-cultural analysis of tourism and quality of life perceptions. *Journal of Sustainable Tourism*, 15(5), 483-502.
- Ap, J., & Crompton, J. L. (1998). Developing and testing a tourism impact scale. *Journal of Travel Research*, 37(2), 120-130.
- Barberó, A. (1984). *En la isla del dios Bes. Historias y leyendas de Ibiza*. Madrid: Espasa-Calpe.
- Belisle, F. J., & Hoy, D. R. (1980). The perceived impact of tourism by residents: A case study in Santa María, Colombia. *Annals of Tourism Research*, 7(1), 83-101.
- Besculides, A., Lee, M., & McCormick, P. (2002). Resident's perceptions of the cultural benefits of tourism. *Annals of Tourism Research*, 29(2), 303-319.
- Bramwell, B. (2003). Maltese responses to tourism. *Annals of Tourism Research*, 30(3), 581-605.
- Buades, J. (2004). *On Brilla el Sol. Turisme a Balears abans del Boom*. Eivissa: Res Pública Edicions.
- Buades, J. (2006). *Exportando Paraísos. La colonización turística del planeta*. Palma de Mallorca: La Lucerna.
- Bujosa, A., & Rosselló, J. (2007). Modelling environmental attitudes toward tourism. *Tourism Management*, 28(3), 688-695.
- Byrd, E. T., Bosley, H. E., & Dronberger, M. G. (2009). Comparisons of stakeholder perceptions of tourism impacts in rural eastern North Carolina. *Tourism Management*, 30(5), 693-703.
- Cerdà, J., & Rodríguez, R. (1999). *La repressió franquista del moviment hippy a Formentera (1968-1970)*. Eivissa: Res Pública Edicions.
- Christaller, W. (1963). Some considerations of tourism location in Europe: the peripheral regions-underdeveloped countries-recreation areas. *Regional Science Association Papers, XII Land Congress*, 95-103.
- Cirer, J. C. (1998). *L'economia d'Eivissa i Formentera en el segle XIX (1782-1900)*. Palma de Mallorca: Edicions Documenta Balear S.L.
- Cirer, J. C. (2002). *L'economia d'Eivissa i Formentera en el segle XX*. Palma de Mallorca: Edicions Documenta Balear S.L.
- Cirer, J. C. (2004). *De la fonda a l'hotel. La Gènesi d'una Economia Turística*. Palma de Mallorca: Edicions Documenta Balear S.L.
- Cooper, R. J. (2002). Una anàlisi d'alguns aspectes de canvi social i adaptació al turisme a Eivissa. *Estudis sobre turisme a Eivissa i Formentera* 3, 15-36. Eivissa: Editorial Mediterrània-Eivissa.



- Deery, M., Jago, L., & Fredline, L. (2012). Rethinking social impacts of tourism research: a new research agenda. *Tourism Management*, 33(1), 64-73.
- Demerson, P. (1983). *Aspectos de la vida ibicenca en el siglo XIX*. Eivissa: Consell Insular d'Eivissa i Formentera.
- Diedrich, A., & García, E. (2009). Local perceptions of tourism as indicators of destination decline. *Tourism Management*, 30(4), 512-521.
- Draper, J., Woosnam, K., & Norman, W. (2011). Tourism use history: exploring a framework for understanding residents' attitudes toward tourism. *Journal of Travel Research*, 50(1), 64-77.
- Dyer, P., Gursoy, D., Sharmaa, B., & Carter, J. (2007). Structural modelling of resident perceptions of tourism and associated development on the Sunshine Coast, Australia. *Tourism Management*, 28, 409-422.
- Fajarnés, E. (1995). *Lo que Ibiza me inspiró*. Eivissa: Consell Insular d'Eivissa i Formentera.
- Faulkner, B., & Tideswell, C. A. (1997). Framework for monitoring community impacts of tourism. *Journal of Sustainable Tourism*, 5(1), 3-28.
- Ferrer, M. (1981). *Cuentos, creencias y tradiciones de Ibiza*. Santa Eulalia (Ibiza): Gráficas Guasch.
- Fredline, E., & Faulkner, B. (2000). Host community reactions: A cluster analysis. *Annals of Tourism Research*, 27(3), 763-784.
- Fridgen, J. D. (1991). *Dimensions of Tourism*. East Lansing MI: The Educational Institute of the American Hotel and Motel Association.
- Gaviria, M., Irívar, J. M., Sabbah, F., & Sanz, J. R. (1975). *Turismo de playa en España*. Madrid: Turner.
- Gómez, L., San Martín, J., & Bertiche, C. (1999). A model of tourism experience and attitude change. *Annals of Tourism Research*, 26(4), 1024-1027.
- Gu, H., & Ryan, C. (2008). Place attachment, identity and community impacts of tourism – The case of a Beijing hutong. *Tourism Management*, 29, 637-647.
- Gursoy, D., & Kendall, K. W. (2006). Hosting mega events: modeling locals' support. *Annals of Tourism Research*, 33(3), 603-623.
- Gursoy, D., & Rutherford, D. (2004). Host attitudes toward tourism: An Improved Structural Model. *Annals of Tourism Research*, 31(3), 495-516.
- Gursoy, D., Chi, C. G., & Dyer, P. (2009). An examination of locals' attitudes. *Annals of Tourism Research*, 36(4), 715-734.
- Gursoy, D., Chi, C. G., & Dyer, P. (2010). Locals' attitudes toward mass and alternative tourism: The case of Sunshine Coast, Australia. *Journal of Travel Research*, 49(3), 381-394.
- Gursoy, D., Jurowski, C., & Uysal, M. (2002). Resident attitudes: a structural Modeling Approach. *Annals of Tourism Research*, 29(1), 79-105.

- Haralambopoulos, N., & Pizam, A. (1996). Perceived impacts of tourism: the case of Samos. *Annals of Tourism Research*, 23(3), 503-526.
- Institut d'Estadística de les Illes Balears (Ibestat). Web site: <http://ibestat.caib.es> [Consultado el 30/07/2013]
- Instituto Español de Turismo (1979). *Estudio de motivaciones para el turismo en España. Estudios Turísticos*, 61-62.
- Jensen, L. (1989). Cyprus: Boom in Tourism, Battle on the Environment. *World Development*, 2, 10-12.
- Joachim, F., & Rotthier, P. (1992). *Eivissa. El palau pagès. Assaig sobre les formes i les tècniques de l'hàbitat arcaic*. Sant Josep (Eivissa): T.E.H.P.
- Jurowski, C. (1994). *The Interplay of Elements Affecting Host Community Resident Attitudes toward Tourism: A Path Analytic Approach*. Ph.D. dissertation in Hospitality and Tourism, Virginia Polytechnic Institute and State University.
- Jurowski, C., & Gursoy, D. (2004). Distance effects on residents' attitudes toward tourism. *Annals of Tourism Research*, 31(2), 296-312.
- Jurowski, C., Uysal, M., & Williams, R. D. (1997). A theoretical analysis of host community resident reactions to tourism. *Journal of Travel Research*, 36(2), 3-11.
- Kim, K., Uysal, M., & Sirgy, J. (2013). How does tourism in a community impact the quality of life of community residents? *Tourism Management*, 36, 527-540.
- Ko, D. W., & Stewart, W. P. (2002). A structural equation model of residents' attitudes for tourism development. *Tourism Management*, 23, 521-530.
- Kroshus-Medina, L. (2003). Commoditizing culture: Tourism and Maya identity. *Annals of Tourism Research*, 30(2), 353-368.
- Latkova, P., & Vogt, C. A. (2012). Residents' attitudes toward existing and future tourism development in rural communities. *Journal of Travel Research*, 51(1), 50-67.
- Lee, T. J., Li, J., & Kim, H. K. (2007). Community residents' perceptions and attitudes towards heritage tourism in a historic city. *Tourism and Hospitality Planning and Development*, 4(2), 91-109.
- Lepp, A. (2007). Residents' attitudes towards tourism in Bigodi village, Uganda. *Tourism Management*, 28(3), 876-885.
- Lindberg, K., & Johnson, R. L. (1997). Modeling residents attitudes toward tourism. *Annals of Tourism Research*, 24(2), 402-424.
- Lindberg, K., Dellaert, B. G. C., & Rassing, C. R. (1999). Resident tradeoffs. A choice modeling approach. *Annals of Tourism Research*, 26(3), 554-569.
- Macabich, I. (1966-1967). *Historia de Ibiza. IV volúmenes*. Palma de Mallorca: Daedalus.

- Marí, I. (2001). *La Cultura a Eivissa i Formentera (segles XIX i XX)*. Palma de Mallorca: Edicions Documenta Balear S.L.
- Mason, P., & Cheyne, J. (2000). Resident's attitudes to proposed tourism development. *Annals of Tourism Research*, 27(2), 391-411.
- McDowall, S., & Choi, Y. (2010). A comparative analysis of Thailand residents' perception of tourism's impacts. *Journal of Quality Assurance in Hospitality and Tourism*, 11(1), 36-55.
- McGehee, N., & Anderek, K. (2004). Factors predicting rural residents' support for tourism. *Journal of Travel Research*, 43(2), 131-140.
- Medina, L. K. (2003). Commoditizing Culture. Tourism and maya identity. *Annals of Tourism Research*, 30(2), 353-368.
- Meyer-Arendt, K. J. (1990). Environmental aspects of resort cycle evolution: applicability of resort cycle models. *Annual Meeting of the American Association of Geographers* (Toronto).
- Murray, I., Rullan, O., & Blázquez, M. (2005). Las huellas territoriales del deterioro ecológico. El trasfondo oculto de la explosión turística en Baleares. *Geo Crítica (Scripta Nova)*. *Revista electrónica de geografía y ciencias sociales* 199 (IX).
- Navarro, V. (1901). *Costumbres en las Pitiusas*. Madrid: Real Academia de las Ciencias Morales y Políticas.
- Nunkoo, R., & Gursoy, D. (2012). Residents' support for tourism: an identity perspective. *Annals of Tourism Research*, 39(1), 243-268.
- Nunkoo, R., & Ramkissoon, H. (2010). Modeling community support for a proposed integrated resort project. *Journal of Sustainable Tourism*, 18(2), 257-277.
- Nunkoo, R., & Ramkissoon, H. (2012). Power, trust, social exchange and community support. *Annals of Tourism Research*, 39(2), 997-1023.
- OCDE (1980). *L'impact du tourism sur l'environnement*. Rapport Général. París: Organisation de Coopération et de Développement Économiques.
- Oviedo, M. A., Castellanos, M., & Martin, D. (2008). Gaining residents' support for tourism and planning. *International Journal of Tourism Research*, 10(2), 95-109.
- Perdue, R. R., Long, P. T., & Allen, L. (1987). Rural resident tourism perceptions and attitudes. *Annals of Tourism Research*, 14(3), 420-429.
- Planells, A. (1984). *Ibiza y Formentera, ayer y hoy*. Barcelona: Antonio Planells Ferrer.
- Planells, M. (2002). *El nacimiento de Babel -Ibiza años 60-*. Eivissa: José Ferrer y Vicent Guillamó.
- Priestley, G., & Mundet, L. (1998). The post-stagnation phase of the resort cycle. *Annals of Tourism Research*, 25(1), 85-111.
- Ramón, E. (2001). *Historia del turismo en Ibiza y Formentera. 1900-2000*. Eivissa: Genial Ediciones Culturals.

- Ritchie, B. W., & Inkari, M. (2006). Host community attitudes toward tourism and cultural tourism development: The case of the Lewes District, Southern England. *International Journal of Tourism Research*, 8(1), 27–44.
- Rozenberg, D. (1990). *Ibiza, una isla para otra vida: inmigrantes utópicos, turismo y cambio cultural*. Madrid: Centro de Investigaciones Sociológicas.
- Selz, J. (2000). *Viaje a las islas pitiusas*. Eivissa: Taller d'Estudi de l'Habitat Pitiü.
- Serra, J. J. (2000). *Fortificacions rurals a l'illa d'Eivissa: les torres de refugi predials*. Eivissa: Editorial Mediterrània-Eivissa.
- Sharma, B., & Dyer, P. (2009). An investigation of differences in residents' perceptions on the Sunshine Coast: tourism impacts and demographic variables. *Tourism Geographies*, 11(2), 187-213.
- Sharpley, R. (2014). Host perceptions of tourism: A review of the research. *Tourism Management*, 42, 37-49.
- Stylidis, D., & Terzidou, M. (2014). Tourism and the economic crisis in Kavala, Greece. *Annals of Tourism Research*, 44, 210-226.
- Terzidou, M., Stylidis, D., & Szivas, E. (2008). Residents' perceptions of religious tourism and its socio-economic impacts on the island of Tinos. *Tourism and Hospitality Planning and Development*, 5(2), 113–129.
- Torres, M. (1998). *Antropologia d'Eivissa i Formentera: Mitologia, creences, costums i festes I*. Eivissa: Editorial Mediterrània-Eivissa.
- Torres, M. (1999). *Antropología d'Eivissa i Formentera: Herbes, pastors, ses matances II*. Eivissa: Editorial Mediterrània-Eivissa.
- Tosun, C. (2002). Host perceptions of impacts: A comparative tourism study. *Annals of Tourism Research*, 29(1), 231–258.
- Tovar, C., & Lockwood, M. (2008). Social impacts of tourism: An Australian regional case study. *International Journal of Tourism Research*, 10(4), 365–378.
- Valero, V. (2001). *Experiencia y pobreza. Walter Benjamin en Ibiza, 1932-1933*. Barcelona: Ediciones Península.
- Vargas, A., Plaza, M., & Porras, N. (2009). Understanding residents' attitudes toward the development of industrial tourism in a former mining community. *Journal of Travel Research*, 47(3), 373-387.
- Vargas, A., Porras, N., & Plaza, M. (2011). Explaining residents attitudes to tourism: is a universal model possible? *Annals of Tourism Research*, 38(2), 460-480.
- Veny, J. (1999). *Aproximació al dialecte Eivissenc*. Palma de Mallorca: Editorial Moll.

- Vila, J. (1962). Ville et campagne dans l'île d'Iviça. *Revue Méditerranée*, (oct.-dic.).
- Vilàs, P. (1989). *Notes per a la història marítima d'Eivissa i Formentera*. Eivissa: Institut d'Estudis Eivissencs.
- Vuillier, G. (2000). *Les Illes Oblidades. Viatge a Eivissa*. Eivissa: Res Pública Edicions.
- Wall, G., & Mathieson, A. (2006). *Tourism: Change, impacts and opportunities*. Harlow: Pearson Prentice Hall.
- Weaver, D. B., & Lawton, L. J. (2001). Resident perceptions in the urban-rural frige. *Annals of Tourism Research*, 28(2), 439-458.
- Williams, J., & Lawson, R. (2001). Community issues and resident opinions of tourism. *Annals of Tourism Research*, 28(2), 269-290.
- Woosnam, K. (2012). Using emotional solidarity to explain residents' attitudes about tourism and tourism development. *Journal of Travel Research*, 51(3), 315-327.
- Yoon, Y., Chen, J. S., & Gursoy, D. (1999). An investigation of the relationship between tourism impacts and host communities' characteristics. *Anatolia: An International Journal of Tourism and Hospitality Research*, 10(1), 29-44.
- Zamani-Farahani, H., & Musa, G. (2012). The relationship between Islamic religiosity and resident perceptions of socio-cultural impacts of tourism in Iran: Case studies of Sare'in and Masooleh. *Tourism Management*, 32(4), 802-814.
- Zhang, J., Inbakaran, R., & Jackson, M. (2006). Understanding community attitudes towards tourism and hostguest interaction in the urban-rural border region. *Tourism Geographies*, 8(2), 182-204.

*Artigo recebido em: 18/01/2014.*

*Artigo aprovado em: 13/08/2015.*