

eman ta zabal zazu



Universidad del País Vasco Euskal Herriko Unibertsitatea

AUTOKARABANA TURISMOA DONOSTIAN

2022-2023

EGILEA: Uxue Aranburu Navarro
ZUZENDARIA: Julen Izagirre Olaizola

AURKIBIDEA

1. SARRERA	4
1.1 TESTUINGURU LABURRA	4
1.2 LANAREN HELBURUA	4
1.3 JUSTIFIKAZIOA	5
1.4 METODOLOGIA	5
1.5 EGITURA	6
2. TURISMOAREN GARRANTZIA GAUREGUN	7
2.1 EUSKAL AUTONOMIA ERKIDEGOA	7
2.2 DONOSTIA	8
3. TURISMOAREN MUGARIK GABEKO HAZKUNDEAREN ONDORIOAK IDENTIFIKATZEN: TURISTIFIKAZIOA DONOSTIAN	9
3.1 TURISMOAREN ONDORIO NEGATIBOAK	9
3.2 TURISMO JASANGARRIA	12
3.3 DONOSTIAKO HIRI-PLANGINTZA TURISTIFIKAZIOAREN AURREAN	13
3.3.1 Planen bilakaera	133
3.3.2 Turismo Jasangarriaren Gida-Plana 2.023-2.027	15
3.4. HIRITAR ELKARTEEN IKUSPEGIA	16
3.5 SINTEZIA: ERRONKA ESTRATEGIKOAK	17
4. IKERKETA ENPIRIKOA: AUTOKARABANA-TURISMOA, ARAZOA ALA KONPONBIDEA? ... 18	
4.1 AUTOKARABANA-TURISMOA	18
4.1.1 Zertan datza?	18
4.1.2 Autokarabana bizi-estilo gisa	19
4.1.3. Motak	22
4.1.4 Araudia /Legedia	24
4.2 LANDA LANAREN METODOLOGIA	25
4.2.1 Elkarrizketa pertsonala	26
4.2.2 Galdetegia	28
4.3 IKERKETAREN TESTUINGURUA DONOSTIAN	29
4.4 ELKARRIZKETEN EMAITZAK	31
4.5 GALDETEGIAREN EMAITZAK	33
4.5.1 Bisitarien profila	33
4.5.2 Donostia autokarabanan	35
4.6 IKERKETAREN ONDORIOAK	42
5. ONDORIOAK	44
6. BIBLIOGRAFIA	46

TAULEN AURKIBIDEA

1.go taula: Auzotarrei egindako elkarrizketen fitxa teknikoa.....	27
2. taula: Analisia egiteko egindako urratsak	27
3. taula: Galdetegiaren laburpen taula.....	29
4. taula: Elkarrizketatuen profila.....	31
5. taula: Hiria ezagutzeko erabilitako garraiobideak	36
6. taula: Eguneko gastua gaua kontutan izan gabe.....	37
7. taula: Gaua igarotzeagatik ordainduko luketena.....	39

GRAFIKOEN AURKIBIDEA

1.go grafikoa: Galdetutakoen adina	33
2. grafikoa: Erabilitako ibilgailu mota	34
3. eta 4. grafikoak: Kanpin eta gunek bisitatzeko ohiturak.....	35
5. grafikoa: Donostiara bisitaren iraupena	35
6. grafikoa: Donostiara bisitaren arrazoiak	36
7. grafikoa: Donostia bisitatzerakoan lo egiteko erabilitako aparkalekua	37
8. grafikoa: Berioko guneari emandako puntuazioa; kokalekua, zerbitzuak eta prezioa.....	38
9. grafikoa: Ilunbeko guneari emandako puntuazioa; zerbitzuak eta kokalekua	38
10. grafikoa: Gauagatik ordaintzeko prest daudenak.....	39
11. grafikoa: Iraunkortasunak autokarabana bidaietan duen garrantzia	40

IRUDIEN AURKIBIDEA

1.go irudia: Zaldiek bultzatutako karabana.....	18
2. irudia: Kanpatzeko espazio-hobespenen pendulua	20
3. irudia: Akanpada libraren irudia	21
4. irudia: Kaputxina.....	24
5. irudia: Perfilatua.....	24
6. irudia: Integrala.....	24
7. irudia: Kanperizatuak.....	25

1. SARRERA

1.1 TESTUINGURU LABURRA

Azken hamarkadetan zehar nazioartean hazkunderik handienetakoa izan duen sektore ekonomikoa **turismoarena** izan da, 2.016an munduko BPGaren 5,16 bilioi dolarreko (Statistic, 2023) ekarpena egitetik 9,6 bilioi dolarreko ekarpena egitera pasa baitzen 2.019an. Informazio iturri berdinen arabera, 2.021ean sektore honek munduko BPGari 5,8 bilioi dolarreko ekarpena egin zion eta horren inguruko 290 milioi lanpostu sortu zituen. Ikusi daiteke 2.016ko datua baina zerbait handiagoa bada ere, 2.019koa baina nabarmen txikiagoa dela, Covid-19 pandemiak sektore honetan izandako eraginaren ondorioz.

Datu hauek sektore turistikoak duen garrantzia agerian uzten dute eta Donostiako kasua horren adierazle da. Zerbitzuen sektoreak berebiziko garrantzia du hiriburu honetan eta komertzio eta ostalaritzak BPGean duten pixua nabaria da, 16.800 lanpostu sektore horiekin erlazionatuta baitaude Donostiako Sustapenak 2022an argitaratutako datuen arabera, Ekonomia Sustatzeko planean hain zuzen ere (Fomento San Sebastián, 2022).

Hau horrela izanik, Donostiako hiriak epe laburrean argitaratuko duen 2.023-2.027 Turismo Jasangarriaren Gida-Planean hiritarren ahotsa aztertu eta hiriak izango dituen erronka eta helburuak jakinaraziko dira.

1.2 LANAREN HELBURUA

Egindako lanaren bitartez Donostiak egun bizi duen turistifikazioaren ondorioz eragozpenak sortzen direla baieztatuko da eta aipatutako Gida-Planean proposatzen diren zenbait erronketan oinarrituz irtenbide partzial bat proposatuko da autokarabana turismoaren bitartez.

Horretarako, batetik, Donostiako hiriak turismo honekiko duen iritzia eta eskaintza ikertuko da. Bestetik, autokarabanan bidaiatzen dutenen ezaugarriak, kontsumo-ohiturak eta lehentasunak aztertuko dira, aipatutako erronkei aurre egiteko proposamena egin ahal izateko.

Hiria autokarabanan bisitatzen dutenen inguruko informaziorik ez dugu topatu, turismo mota hau ez baita Espainiako turismo-produktuen barruan jasotzen, ez estatistika ezta turismo-

marketineko planetan ere. Autokarabana turismoa ez da segmentu gisa aztertzen eta ostatuena eta kanpinen sektorean barneratzen denez ez dago baliagarria zaigun daturik.

Ondorioz, azterketa egiteko, lehen mailako informazioa sortu da metodo kualitatibo eta kuantitatiboen bitartez. Lanaren noranzkoa bideratzen lagundu duten zenbait liburu, ikerketa edo dokumentu aipatu nahiko nituzke; Donostiak oraindik argitaratu ez duen 2023-2027 Gida-Plana, Munduko Turismoaren Erakundearen datu eta informazioa, zenbait artikulua eta informazio iturri.

1.3 JUSTIFIKAZIOA

Gai hau aukeratzeko arrazoietan zentratuz, lehenik, lan hau barneratzen den arloari dagokio. Izan ere, txikitatik furgonetan bidaiatu izan dut bisitari eta bisitatuen arteko errespetuaren ikuspegitik, bisitatutako tokiak ezagutu dituguna baina hobeto uzten, besteak beste, ingurua ezagutu eta zaintzen, bertako jendea eta ohituretan erreparatzen eta tokiko produktuak kontsumitzen.

Bestetik, Donostiako Antiguako auzotarra izateak turismoa lehen eskutik bizitzera eraman nau eta azken urteotan hiriak izan duen bilakaera eta hiritarren ardura kontutan izanda, bi gai hauek uztartzea aproposa iruditu zait.

Egun, Donostiak turistifikazioaren aurrean duen hiri-plangintza berritzeko beharra du besteak beste, ingurune naturalaren babesa bermatzeko, auzo batzuetako tentsioa murrizteko, tokiko komertzioei ekonomia bultzada emateko, turismo inklusiboagoa sustatzeko eta nortasun kulturala babesteko autokarabana turismoaren eskutik proposatuko dut irtenbidea.

1.4 METODOLOGIA

Lana egiteko informazioa behar bezala hautatu eta egokitua izan da. Informazioa lehen mailako ikerketa-iturrien bidez lortu da, ikerketa kualitatibo eta kuantitatiboen bitartez alegia, eta baita bigarren mailako informazio iturrietatik ere, hala nola, erakunde publikoen dokumentu ofizialak, beste erakundeetako dokumentuak, artikulua eta albisteak. Erabilitako metodo kualitatiboa elkarrizketa pertsonalak izan dira eta kuantitatiboa berriz, inkestak.

Elkarrizketak Berioko bost bizilaguni eta autokarabana gunearen ondoan dagoen Ostadar tabernaren arduraduna den Jon Serranori egin zaie.

Burututako inkesta 163 pertsonari egin zaie, 28 galderaz osatuta dago eta online burutu da. Excel erabiliz aztertu da, batzbestekoak burutu eta grafikoak diseinatu.

1.5 EGITURA

Lanaren egitura ondorengoa da; lehenengo atalean testuingurua, lanaren helburua, justifikazioa, erabiliko den metodologia eta egitura daude.

Bigarren atalean, turismoak gaur egun duen garrantzia nabarmentzen da, Euskal Autonomi Erkidegoko egoera abiapuntutzat hartuta Donostiako kasua gehiago sakontzen da. Hortik hasita, hirian gaur egun bizi den egoera aztertzen da.

Hirugarren atalean, turismoaren mugarik gabeko hazkundearen ondorioak identifikatzen dira eta negatiboei aurre egiteko turismo jasangarriaren nondik norakoak aurkezten dira. Atal honetan bertan, hiriak 2.012tik aurrera izan dituen turismo gida-plan desberdinen bilakaera aztertzen da eta datozen urteetan zehar Donostiako hiriak izango dituen erronkak 2.023-2.027 Turismo Jasangarritasunaren Gida-Planaren bitartez lantzen dira, deszentralizazio eta jasangarritasunean oinarritutako bi erronketan zentratuz, ahulak diren zonaldeetako turismoaren hazkundeari eustea eta jasangarritasuna, klima aldaketaren egokitzea eta ekonomia zirkularra bultzatzea. Bizilagunekin hiritar elkartearen ikuspegia labur azaldu ondoren erronka estrategikoak azpimarratuko dira.

Laugarren atalean ikerketa lanari ekiten zaio, autokarabana turismoa zertan datzan azalduz, turismo mota hau bizi-estilo gisa aztertzen da, autokarabana moten ezaugarriak deskribatzen dira eta baita lege aldetik dauden xehetasunak ere. Horren ondoren, landa lanaren metodologia azalduko da, egindako ikerketa-teknika kualitatibo eta kuantitatiboen helburu eta diseinua zehaztuz.

Donostiako egoera zein den aztertu ondoren, amaitzeko, egindako azterketaren emaitzak eta ondorio nagusiak aztertuko dira.

Amaitzeko, 5. atalean autokarabana gune berria sortzea proposatuko da eta horren ondorioak azalduko dira.

2. TURISMOAREN GARRANTZIA GAUR EGUN

Gaur egun turismoak duen garrantzia berebizikoa da, Munduko Turismoaren Erakundeak (United Nations World Tourism Organization) horrela definitzen du; “fenomeno sozial, kultural eta ekonomikoa da, eta pertsonak beren ohiko ingurunetik kanpo edo beste herrialdeetara joatea dakar, arrazoi pertsonalak, profesionalak edo negoziokoak bultzatuta. Pertsona horiei bidaiari esaten zaie (turistak edo txangozaleak izan daitezke; egoiliarak edo ez egoiliarak) eta turismoak beraiek egindako jarduerak hartzen ditu barne, horietako batzuk gastu turistikoa dakartelarik” (UNWTO, 2023).

Nazioarteko turismoaren hazkundera XX. mendearen bigarren erditik 2.020. urteko krisira arte oso bizkorra izan zen. 1950ean turisten 25 milioi joan-etorri gertatu ziren. 2.019. urtean aldiz, Munduko Turismo Erakundearen arabera (MTE), 1.500 milioi nazioarteko etorrera egon ziren. Sektoreak 1,5 bilioi dolar sortu zituen eta hamar pertsonatik bati lana eman zion.

2.020-2.022 aldian aurrekaririk gabeko krisialdiari egin zion aurre Covid-19 pandemiaren ondorioz, turismoa izan baita koronabirusaren krisialdia gehien pairatu duen jarduera ekonomikoa. Horren ondorioz, turismoari dagokionean, historian eman zen urterik okerrenea 2.020.a izan zen.

2.1 EUSKAL AUTONOMIA ERKIDEGOA

Azken urteotan, Euskal Autonomia Erkidegoko turismoa asko hazi da. Eustatek (Euskal Estatistika Erakundea) emandako datuen arabera, 2.009an 1.991.790 bidaiarien bisita izan zuen Euskal Autonomia Erkidegoak (Comercio & Gobierno Vasco, 2010) eta 2.022ko datuen arabera aldiz, 3.340.493 izan ziren bidaiariak, %67ko igoera izan zuen urte horietan tartean aurretik aipatutako krisialdia egonda (Eustat, 2023).

Iraganean Euskal Autonomia Erkidegoa bere garrantzi industrialagatik ezaguna bazen ere eraldaketa nabarmena jasan du azken urteotan turismoa funtsezko giltzarria izanik euskal ekonomiaren birmoldaketan.

Turismoaren sustapena nazio eta nazioarteko turismoaren gorakada, negozio eta baita erakunde publikoek egindako esfortzuen ondorio izan dira. Azken hauek marketin-kanpainen bitartez Euskadiko erreserba eta parke naturalak, hondartzak, herriak, museo eta kultur jaialdiak eta

mundu mailako eskaintza gastronomikoa ezagutarazi baitituzte sare sozial eta nazioarteko azoken bitartez besteak beste (Eusko Jaurlaritza, 2017).

Euskadin bisitari gehien dituzten zonaldeak Gipuzkoa eta Bizkaiko kostaldeak dira, Hondarribia, Zarautz, Getaria, Mundaka, Lekeitio eta Elantxobe bezalako herriek erakarrira, eta baita Arabatar Errioxa ere, mahasti paisaia eta bodegen ondorioz.

Hauetaz gain, Santiago bideak eta beste naturgune eta kulturguneek ere bisitari asko erakartzen dituzte ere bereziki aipagarriak dira hiriburuek duten erakarren gaitasuna, bai Gasteiz, Bilbo eta Donostiak eskaintzen duten aukera zabalagatik, baita arrazoi zehatzengatik, besteak beste, Bilboko Guggenheim Museoa eta Donostiako Zinemaldia esaterako (Donostia Turismoa, 2023).

2.2 DONOSTIA

Ezin turismoaz aritu Gipuzkoako hiriburua den Donostia aipatu gabe, Lola Horcajo historialari eta irakasleak “espainiar estatuko udaldia” Donostian sortu zela baitio. Lolak, XIX. eta XX. Mendeetako Donostia hiriar buruzko bibliografia zabala duen horrek, Donostiara tren iritsi zeneko 1.864 urtea azpimarratzen du hiriarentzako une garrantzitsutzat, Madriletik Donostiarako bidea 19 ordu murriztu baitzen. Donostiako Gran Casinoa, gaur eguneko udaletxea dena alegia, sortu zeneko data ere azpimarratzen du historialariak, 1.887. urtea, Donostiako kultur eta gizarte jardueren sustatzaile nagusia bihurtu zen eta (Jon Pagola, 2019).

Handik gutxira, Maria Cristina erreginak hirian finkatu zuen udako bizilekua eta XX. mendearen hasieran Belle Epoque-aren urte distiratsuak iritsi ziren hiriarentzat. Mikel Gurpegui kazetari donostiarrak dioenez, “udaretan Errege familia Miramar jauregira joan izanagatik eta Kasino Handia, bainuak, atrakzioak, ikuskizunak eta kafeen indarra zirela eta, Gobernuak, aristokraziako eta Espainiako eta Europako goi burgesiako kargudunak Donostian igarotzen zuten uda”. Egonaldi luzeak ematen zituztela dio Gurpeguik (Jon Pagola, 2019).

1.912.eko udan La Perlako bainuetxe berria, Maria Cristina hotela, Victoria Eugenia antzokia eta Igeldoko funikularra inauguratu zituzten eta orduan finkatu zen Donostiako udaldia Horcajoren arabera.

Garaiko kronikek diotenez, biztanleria asko hazten zen udako hilabeteetan; “Donostian eta udalerrri osoan, laurogeita hamar mila pertsona bizi dira gaur egun, 60.000 indigena eta 30.000 kanpotar, dena zenbaki biribiletan” (Pagola, 2019).

Istoriaa errepikatzen dela ematen du eta hiriak dituen bisitarien kopurua handituz joan da azken urteetan, zenbait arrazoi direla medio Donostiak erakartzen jarraitzen du. Besteak beste, 2011ko urrian Europako gastronomia-eskaintzarik onena zuen hiri izendatu zuten Traveller's Choice 'Gasronomia&Ardoa' Sarien I. edizioan, Nazioartean ezagunak diren sukaldari donostiarrek (Pedro Subijana, Juan Mari Arzak eta Martín Berasategui besteak beste) guztira 16 Mitxelin izar dituzten jatetxeak dituzte, baina baita hiri osotik banatuta dauden tabernek eskaintzen dituzten pintxoek erakarrira euskal kultura gastronomikoa landuz eta eskainiz.

Horretaz gain, badira bisitariarentzat hiria erakargarria egiten duten beste hainbat arrazoi, esaterako, Europako Kultura Hiriburua izatea, Nazioarteko Zinemaldia, Jazzaldia eta Musika Hamabostaldia, Fantasiatzko eta Beldurrezko Zinemaren astea eta alor anitzeko kongresuak.

Aipatu bezala, hiriak jasotzen dituen aitorpenak ere horretarako lagungarri dira; 2023an Urbantur informeak Estatuko "turismo-helmuga adimendunaren" errekonozimendua eman zion Donostiari, iraunkortasunaren, irisgarritasunaren, berrikuntzaren eta teknologiaren alde egindako lanari esker. Horrelako aipamenek eragina izaten jarraitzen dute turismoan, hiria ikusarazten baitute.

Donostiako turismoak erresilientzia handia erakutsi du 2020-2022 aldian Covid-19aren krisialditik hoberen suspertu den hirietako bat izan baita. Eustaten datuen arabera, 2022an 2019aren aldean %16,5eko hazkundera izan zuen eta 862.872 bidaiari izan zituen, hazkunde nabarmena eta are gehiago, 2019ko turismo-jardueraren errekorra izan zuela jakinik (Donostia Turismoa, 2023).

3. TURISMOAREN MUGARIK GABEKO HAZKUNDEAREN ONDORIOAK IDENTIFIKATZEN: TURISTIFIKAZIOA DONOSTIAN

3.1 TURISMOAREN ONDORIO NEGATIBOAK

Orain arte ikusi bezala turismoa munduko ekonomiarentzat sektore garrantzitsua da baina baditu ere, orain arte aipatu ez diren beste ondorio batzuk, hots, kliman eta ingurumenean besteen artean, gehiegizko baliabideen ustiapen (lurra, energia, ura, elikagaiak, etab.) eta hondakinen ekoizpenean.

Azken hamarkadetan, turismo masiboa nagusi izan da, “low cost” konpainien aireko bidaien hazkunde eta sektore informalaren hazkudearengatik besteak beste. Turismo masibo horrek hirietako auzo batzuen turistifikazioa ekarri du, hoteletako lehengaien hornikuntza-kateak milaka kilometrora izatea eta lan-prekarietatea areagotu ditu, aberastasunaren banaketan desberdintasunak handitu eta, esan bezala, natura-baliabideen gehiegizko ustiapena eman da. Azken urteetako turismo eredua guzti honetan oinarritu da, batik bat.

Turismo sektoreko politiken arduradunen, helmuga administratzaileen eta turismo sektoretako enpresa giltzarrien praktikek jasangarritasun eza ekarri dute eta kanpo-eragin negatiboak agertarazi dituzte, baita sektore turistikoarekiko gehiegizko mendekotasuna izatea ere.

Zentzu horretan, gainturismoa (“overtourism”) turismo-helmugan gainpopulazioaren fenomeno gisa definitzen du Weber autoreak (Weber, 2017), zeinetan batez ere karga sozialaren ahalmena gainditzen den.

Turismo-helmugako biztanlea ardatza den ikuspuntu batetik aldiz, “Responsible Tourism Partnership”-ek honela definitzen du gainturismoaren terminoa; *“anfitrioiak, gonbidatuek, bertakoek edo bisitariak gehiegizko bisitariak daudela sentitzen dutenean eta bertako bizi-kalitatea edo bizipenaren kalitatea okertzen denean ematen da”* (Goodwin, 2017).

Termino honek dakarrenaren arabera turismoaren aurkako iritziak ondorengoekin erlazionatzen dira; hiriaren partaide izaera galtzearekin, tokiko zentzua gutxitzearekin, egoiliarren bizi-kalitatea galtzearekin, espazio publikoen pilaketa eta pribatizazioarekin (UNESCOren Gizadiaren Ondare izaera galtzeko arriskua agertzea), itsas-bidaien turismoaren hazkudearekin, urtaroko eta eguneko bisitarien kopuruaren hazkunde azkarrarekin, turismoak eragindako higiezinaren espekulazioa areagotze eta tokiko egoiliarrek bisitarien aldean duten erosteko ahalmenaren parekotasunaren gainbeherarekin, konektibitate soziokulturalaren desagitea lanaren kalitatean duen eraginarekin, eta turismo-praktika bereziak ahulak diren tokien integratzearekin, parke nazionalak, uharte txikiak eta kultura-ondare kritikoa duten lekuak besteak beste (Izagirre-Olaizola & Morandeira-Arca, 2018).

Turismoak kulturak eta lekuak merkantilizatzen eta suntsitzen lagun dezake eta bisitariarentzat jatorrizko erakarpena zen ezaugarri horien gainbehera ekar dezaketen dinamikak ezartzeko joera du (Harvey, 2002).

Horrela, azken urteotan hainbat hirigune turistikotan protestak izan dira eta herritarrek kaleak hartu dituzte presio turistikoaren ondorio kaltegarrien aurka egiteko, besteak beste, Bartzelona, Berlin, Palma, Erroma, Dubrovnik edo Donostian (Izagirre-Olaizola & Morandeira-Arca, 2018).

Ondorengo taulan Novy eta Colomb autoreek gehiegizko hiri-turismoak eragindako gatazka-iturriak laburbiltzen dituzte (Novy & Colomb, 2017):

<u>EKONOMIKOAK</u>	<u>FISIKOAK</u>
<p>Gentrifikazio komertziala (tokiko pertsonentzat baliagarriak diren negozioen galera edo desagertzea):</p> <p>Ondasun eta zerbitzuen eskariaren eraldatzea. Merkatari txikien desagertzea. Merkataritza-errentak eta kontsumitzailearentzako prezioak handitzea.</p> <p>Bizitokien-gentrifikazioa (errenta ertain eta baxuko egoiliarren lekualdaketa eta etxebizitza-kopuruen galera iraupen luzeko egoiliarrentzat):</p> <p>Ostatu-industriaren hedapena (hotelak, ostatuak, pentsioak, alokairuen operadoreak). Bigarren etxebizitzaren hazkundera. Epe laburrera etxebizitzak alokatzeko kopuruen handitzea. Jabetza eta alokairuko etxebizitzaren prezioa igotzea.</p>	<p>Pilaketak eta horren ondoriozko arazoak (adibidez, trafikoaren pilaketa).</p> <p>Gune publikoen hondatzea.</p> <p>Gune publiko eta baliabide komunitarioen pribatizazioa edota merkantilizazioa.</p> <p>Hirien estandarizazio estetikoak.</p> <p>Ingurumen-presioak (zaborra, ura, joan-etorriak).</p> <p>Lurzoruaren erabilerak eragindako gatazkek.</p> <p>Gaingarapena, nahitaezko hustuketak eta dinamika espazial sortzaile-suntsitzailea.</p> <p>Merkataritza- eta egoitza-gentrifikazioaren adierazpen fisikoak.</p>
<u>SOZIOKULTURALAK</u>	<u>PSIKOLOGIKOAK</u>
<p>Kultura, ondare eta espazio publikoaren merkaturatzea, ustiaketa eta desitxuratzea.</p> <p>Jaialdi eta ekitaldi joera.</p> <p>Turisten portaera inbaditzailea.</p> <p>Ordena publikoko arazoak.</p> <p>Politika zapaltzaileak.</p> <p>Komunitatearen zatiketa handiagoa.</p> <p>Kultura-aniztasunaren galera.</p> <p>Gentrifikazio-dinamikaren ondoriozko tentsioak harrera-komunitateen artean.</p>	<p>Gertuko-lekuekiko alienazio, desplazamendu fisiko eta psikologikoen sentimenduak.</p> <p>Komunitatearen etorkizunaren gaineko kontrola galdu izanaren sentsazioa.</p> <p>Komunitateko kide izatearen edo komunitatearekiko atxikimenduaren sena galtzea.</p> <p>Egoiliarren frustrazio- eta erremin-sentimenduak bisitariekiko.</p>

Iturria: Novy & Colomb, 2017.

Donostiako Gida-Planean ikusiko den bezala eta baita turismoaren euskal agentzia den Basquetourrek azaltzen duen bezala, datozen urteetan aurrera eramango diren estrategiak jasangarritasunean oinarrituko dira turismoak eragiten dituen ondorio ekonomiko, sozio-kultural eta ingurugiroko kaltegarriak zuzentzeko helburuz (Eusko Jaurlaritz, 2017).

3.2 TURISMO JASANGARRIA

Turismoa eta jasangarritasuna 1.991n batu ziren lehen aldiz Turismoan Arituak ziren Zientifiko Nazioarteko Elkartearen kongresuan eta modu ofizialagoan, 1.992an, Rio de Janeiroko Lurraren Gailurrean kontzeptu berri horren definizio formalagoa egin zuten. 1.995.ean UNESCO (Hezkuntza, Zientzia eta Kulturarako Nazio Batuen Erakundea), UNWTO (TME euskaraz, Turismoaren Munduko Erakundeak) eta nazioarteko beste erakunde batzuek Lanzaroten Turismo mailako lehen Munduko Turismo Jasangarriaren Gailurra egin zuten eta turismo iraunkorraren lehen gutuna burutu zen. Turismoaren Munduko Erakundearen arabera, turismo hau «egungo eta etorkizuneko ondorio ekonomiko, sozial eta ingurumenekoak kontuan hartzen dituen turismoa da bisitarien, industriaren, ingurunearen eta tokiko komunitatearen beharrak asetzeko helburuz» (UNWTO, 2023).

Funtsean, turismo jasangarria tokiko ingurumenean, ekonomian eta kulturaren eragin negatiboa minimizatzea eta aldi berean, tokiko komunitateentzako eta bidaiarientzako onurak maximizatzea bilatzen duen turismo mota da. Horrek ikuspegi holistikoa eta orekatua eskatzen du, turismoaren ingurumen-, gizarte- eta ekonomia-alderdiak jorratuz.

Hortaz, Turismoaren Mundu Mailako Erakundearen arabera turismo jasangarriaren bete-beharrak ondorengoak dira (UNWTO, 2023):

1. Turismo-garapenaren funtsezko elementuak diren ingurumen-baliabideei erabilera egokia ematea, funtsezko prozesu ekologikoak bermatuz eta baliabide naturalak eta dibertsitate biologikoa mantentzen lagunduz.
2. Tokiko komunitateen errealitate soziokulturala errespetatzea, haien aktibo kultural eta arkitektonikoak eta balio tradizionalak bermatzea, eta kulturen arteko ulermena eta tolerantzia lortzen laguntzea.
3. Epe luzera bideragarriak diren jarduera ekonomikoak ziurtatzea, eragile guztiei ondo banatutako onura sozioekonomikoak ekarriko dizkietenak, hala nola, enplegu egonkorerako

eta tokiko komunitatearentzako diru-sarrerak eta gizarte-zerbitzuak lortzeko eta pobrezia murrizten lagunduko duten aukerak eskaintzea.

Eurobarometroak 2021eko urrian egin zuen inkesta baten arabera (Europar Batasuna, 2022), europarren % 82a beren bidaiia-ohiturak aldatu eta jasangarriagoak diren praktikak burutzeko prest dago, tokiko produktuen kontsumoa sustatuz, hondakinak eta ur-kontsumoa murriztuz, sasotik kanpo edo gutxiago bisitatutako helmugetara joan-etorriak egiteko eta eragin ekologikoaren araberrako garraio-aukerak hautatuz.

3.3 DONOSTIAKO HIRI-PLANGINTZA TURISTIFIKAZIOAREN AURREAN

Turismoko Gida-Planen helburua hiriarentzat eragin turistikoa duten proiektuak hobeto planifikatzeko eta gauzatzeko ibilbide-orria izatea da. Era berean, planek tresna motibagarria izan behar dute turismoarekin zerikusia duten eragile guztiak inplikatzeko. Bestalde, hiriak turismoaren aldeko apustu irmoa behin betiko sendotzeko balio behar du.

3.3.1 Planen bilakaera

Donostia 2.012-2.016 Gida-Planaren plangintzaren xedeak komunikazio, merkaturatze eta prestakuntzako hainbat ekintza finkatzea eta Donostiako hiria kalitatezko helmuga onenen eta nagusien artean kokatzea ziren. Horretarako, nazioartekotzea, online sustapena, kalitatearen hobekuntza, 2.016ko Europako Kultur hiriburutza eta eragile publiko eta pribatuen arteko lankidetzak giltzarriak izango zirela zehazten zen.

Helburuen artean promozio turistikoa, turismo-jardueraren eskaintza anitzagoa egiteko sektore berrietara zabaltzea, goi-denboralditik kanpoko turistak areagotzea eta nazioarteko merkatuak indartzea zeuden.

Baita ere, Plan Turistikoaren ardatz nagusia kulturala izatea eta sustapen ekintzak zein esparruetan burutuko ziren zehazten zen eta intereseko merkatuetan aritzerakoan foku nagusia nazioartean kokatuko zutela zioen. Horretaz gain, bilera-turismoaren azpisektore estrategikoak bai Donostiarentzat bai Gipuzkoarentzat diru-sarrera handiak lortzen zituela nabarmentzen zen eta zuzeneko zein zeharkako lanpostuak sortzeko iturria zirela adierazten zen.

Ikusi bezala, 2.014-2.016 Gidaren helburuak hiriaren eskaintza handitzean oinarritzen ziren eta ez zen turistak metaketa, hiriaren turistifikazioa edo turismo jasangarri baten beharra aipatzen.

Donostiako hiriak 2.017-2.021 urteetarako VISIT-BIZI Turismo Gida-Plana burutu zuen (San Sebastian Turismoa, 2017). Argitaratu zeneko testuingurua kokatzeko, mundu mailako turismoak gora egin zuen garai horretan eta ondorio ekonomikoak tokiko produkzio sistema osoan eragiten zuen orduan ere, turismoak eragin positibo eta negatiboak sortzen zituen hirian. Haatik, nabarmenak ziren bisitarien metaketaren eta turistek egiten zuten espazioaren erabilerarengatik sortutako ondorio fisikoak, baita gizartearen kontrako jarrerak ere. Ondorio eta jarrera horiek agerikoak ziren barruti turistikoaren mailan (metaketa eta espazio publikoaren asetasuna, turistifikazioa eta aldaketa funtzionala, bizitokiak ezabatzea...) eta baliabideen mailan ere (hondartzako espazioen saturazioa esaterako).

Hiriko gune batzuen gaineko presioa hazi egin zela adierazten zen dokumentuan. Antza, Donostiak arrakasta izan zuen helmuga gustukoenen artean eta horrek sortutako ondorioengatik Donostiarako turismo-eredua birpentsatzeko unea iritsi zela adierazten zuen. Herritarrak proiektuaren erdigunean jartzen zituen dokumentuak “benetako hiria, biztanleentzako bizi-kalitateduna, bisitariantzat ere erakargarria izango zena” adieraziz.

Plan honetan lehen aldiz, turismo berri jasangarriagoa, orekatuagoa, benetakoagoa eta kalitate handiagokoa lortzeko bideak ezartzeaz aritzen zen.

Batetik, klima aldaketa epe ertain eta luzera turismoaren garapenerako arazo bat izan zitekeela adierazten zuen eta bestetik, hirien iraunkortasuna turismoak eskaintzen zituen aukerataz baliatuz eta hiri ehunean, ekonomian eta gizartean oreka txertatuz lortuko zela zioen.

Analisi eta diagnostikoa egiterakoan, auzoetan turismo jarduera maila desberdinetan sartuta zegoela aztertzen zen. Honakoak aipatzen ziren:

Alde zaharrean bisitarien metaketa handia zegoen eta udalerrian ostalaritza metaketarik handiena zuen espazioa zen (51,6 establezimendu 1.000 biztanleko, udalerrian batez bestekoa 7,1ekoa zenean). Tamaina txikiko ostatuen eskaintza azkar hedatzen ari zen.

Erdialdearen inguruan aldiz, hiriko merkataritza jarduera (establezimenduen % 38) eta hotel sektore tradizionala ere bertan metatzen zirela adierazten zen.

Antigua auzoak hotel metaketa nabarmena zuela azpimarratzen zuen, azken hamarkadetan oin berriko hotel asko zonalde horretan kokatu bait ziren.

Azkenik, **Gros** aipatzerakoan, auzoan emandako alokairuko etxebizitza turistikoaren kontzentrazioa azpimarratzen zen, betiko hotelek baino jarduera maila handiagoarekin.

Plan honen helburua “turismoaren deskontzentrazioa, desestazionalizazioa, benetakotasuna eta

berezitasuna sustatzea " zela adierazi zuen Ernesto Gasco Turismo zinegotziak.

Gida lerroen lehentasunak finkatzerako orduan ondorengo erronka estrategikoak hartu ziren kontutan;

1.go erronka helmugaren kudeaketa zen; turismoa Donostiako hiri ehunean, ekonomian eta gizartean orekaz txerta zedin erraztea besteak beste, bertako herritarren bizi kalitatea hobetzea, eta herritarrak kontzientziaztea eta inplikatztea.

2. erronka Donostia marka finkatzea eta marketin estrategiak berritzea ziren. Donostia Europako hiri turismorako erreferentziazko eredu gisa aitor zedin lortzea eta hiriaren sinbologiarekin lotzen ziren irudiak eta paisaiak zaintzea besteak beste.

3. erronka Donostiako turismoaren gobernantza eta antolamendu eredu berria definitzea zen, hiriko elkarlan eta lankidetzaren publikoa/pribatua sendotzea esate baterako.

Ikusi daitekeen bezala, 2.012-2.016ko planetik 2.017-2.022ko planera errealitatearen aldaketa nabarmena eman zen eta turismo eskaintza zabaltzetik oreka bilatzera aldatu zen, herritarren bizi kalitatean erreparatuz.

3.3.2 Turismo Jasangarriaren Gida-Plana 2.023-2.027

Argitaratuko den 2.023-2.027 Turismo Jasangarriaren Gida-Planean baieztatu egiten da aurreko Planeko ildoak eta horri eusten dio (Donostia Turismoa, 2023). Hiriak epe ertainera jarraituko duen turismo estrategia definitzen du, turismo jarduerak hirian jarraituko duen norabidea finkatuz, hiriaren izaera desagertzeko arriskua saihesteko xedearekin, bisitak espazio txiki batean kontzentratu eta bisitarien denbora gutxitzeko joerak murriztea izango ditu helburu.

Donostia 2.023-2.027 Turismo Jasangarriaren Gida-Planak argitaratutako ondorioen arabera hiriburuko biztanleek eragozpenak bizi dituzte egunerokoan turismoaren ondorioz, besteak beste, mugikortasun arazoak izaten dituzte, trafiko pilaketak, kostuen gorakada (etxebizitza eta ostalaritzarenak batik bat), zaratak eta aglomerazioak. Ibilgailuen trafikoa eta kostaldean sortzen diren autoen pilaketa dira bertakoei gehien gogaitzen diena.

Txosten horretan ezarri diren erronkei erreparatuz turismoak donostiarrentzako balio erantsia izan beharko duela azpimarratzen du, ardura eta errespetu osoz eta hiriaren bizi kalitaterako onuragarria izango den jarrerarekin; turismo eta gizartearen bizikidetzaren bermatuko dela; zonalde zaugarrienetako turismo-hazkunderari eutsiko zaiola; ingurumenaren iraunkortasuna

sendotu, klima-aldaketara egokitu eta ekonomia zirkularra bultzatuko direla. Donostiak turismoari eta garapen jasangarriaren inguruan duen lidergoa eta eragina garapen iraunkor eta turismo globalera plazaratuko dituela aipatzen du hain zuzen ere. Argitalpen berdinen arabera, erronken artean turismo sektorean ekonomia zirkularraren printzipioak ezartzea egongo da energia, baliabide ez-berriztagarrien eta uraren erabilera eta hondakinen kontsumoa murrizteko.

Gida-Planean aztertu diren dinamiken artean sektore eta lekuen analisia dago. Aurretik aipatu bezala, azken hogeitun urteetan turismoaren hazkundera hain izan da azkarra eta handia, non hirien oreka mehatxatu egiten duen eta auzo batzuen oinarrizko dinamika bilakatzeko arriskua dagoen.

Donostia Sustapenaren 2.022ko datuen arabera txikizkarien salmentak eta ostalaritzak, lan-merkatuaren %17 eta ekonomiaren %21a suposatzen dute. Jarduera Ekonomikoen Direktorioaren datuen arabera 2.021ean hiriak zituen 18.361 komertzioetatik 2.346 txikizkariak ziren eta %39a Zentroan zeuden, %17 Grosen, %12 Amara Berrin eta %7 Antiguan. Lau auzo hauek hiriko txikizkarien %76a bateratzen zuten (Donostia Turismoa, 2023).

Jatetxe eta tabernei dagokienez, Donostian urte berdinean zeudenen %35a zentroan kokatzen ziren, %16 Grosen, %10 Amara Berrin eta %7 Antiguan. Honek txikizkako merkataritzan espazioaren polarizazio-prozesu bat pairatzen ari dela erakusten du, lau auzo hauek hiriko jatetxe eta tabernen eskaintzaren %68a bateratzen bait zuten.

Datu hauek Donostiako turismoaren turistifikazio-prozesua berresten dute eta Turismoaren Gida-Planaren arabera hiria zabaltzea erronka izango du, gainerako auzoak hobeto integratzeko eta parekatzeko helburuz.

3.4. HIRITAR ELKARTEEN IKUSPEGIA

Donostiako hirian indarrean dagoen turismo ereduak kezkatzen dien herritarren artean **Bizilagunekin** plataforma osatu da eta gaur egungo turismo ereduak herritarren bizimoduan sortzen dituen ondorioekiko kezka partekatzen dute (Bizilagunekin, 2019).

Plataformaren helburuen artean donostiarron bizi-baldintzak hirian garatzen diren estrategia eta jarduera ekonomiko orotan lehentasuna izatea eta bestelako hiri eredu baten indarrak metatzea daude.

Hiritar hauen esanetan “*gutxi batzuen negozioa herritarren gehiengoaren bizitzan kalteak sortzen ari da: etxebizitzaren arazoa areagotzen, enplegu prekarioa biderkatzen, hirigintza zentzugabea eragiten, merkataritza txikia itotzen, kultur eredu komertzialak sustatzen eta homogeneizaziora bideratzen besteak beste. Turismoaren deshazkunderantz urratsak emateko ordua heldu da*” (Bizilagunekin, 2019).

Hauen proposamenen artean hiriko gune saturatuen plan berezia eratzea dago mugikortasuna, hiri-espazioa, osasuna eta merkataritza arloei dagokienean (Bizilagunekin, 2019). Aurretik aipatu bezala, plataformako kideek ere, Turismo Jasangarriaren helburuen artean dauden tokiko hiritarren babesa, komertzio txikiaren zaintza eta turismoaren deszentralizazioa aldarrikatzen dituzte.

3.5 SINTESIA: ERRONKA ESTRATEGIKOAK

Donostiako hiria egun bizitzen ari den prozesu honetan ingurune orokorrak zein espezifikokoak berebiziko garrantzia dute hiriak bizituko duen bilakaeran hiritarren eta bisitarien beharrak asetzeko orduan. Ingurune orokorra aipatzerakoan, ekonomia zirkularra, baliabideen erabilera egokia eta hondakinen kudeaketa arduratsua barneratzen dira. Espezifikoa adierazterakoan aldiz, auzo batzuek bizi duten turismoari zuzendutako zerbitzuak, zonalde batzuetan gertatzen den jendearen masifikazioa eta bisitarien ondorioz izaten diren prezio igoerak barneratzen dira besteak beste.

2.023-2.027 Turismo Jasangarriaren Planean ezarritako hamabi erronkak azertu ondoren horietako bi xehetasunez aztertuko dira eta horiei irteera partzial baten proposamena egingo zaie hurrengo ataletan egingo den ikerketan. Honakoak dira bi erronka horiek:

- Ahulak diren zonaldeetako turismoaren hazkundeari eustea, Alde Zaharrean, Zabalgunean, Portuan edo Grosen.
- Jasangarritasuna, klima-aldaketara egokitzea eta ekonomia zirkularra bultzatzea.

Lehenengoa, aipatu den bezala, saturatuta dauden zonaldeak arintzean oinarritutako erronka da, egun bizi den turismoaren zentralizazioaren arazoari konponbidea emateko. Bigarrena aldiz, baliabideen erabilera, hondakinen kudeaketa eta iraunkortasuna izango ditu ardatz.

4. IKERKETA ENPIRIKOA: AUTOKARABANA-TURISMOA, ARAZOA ALA KONPONBIDEA?

4.1 AUTOKARABANA-TURISMOA

Etorkizun jasangarriaren alde lan egiten duen Öko-Institutu alemaniarrek (Europako ikerketa-eta aholkularitza-erakunde independentea) 2020.ean Autokarabanan Industriaren Elkartearen aginduz egindako txostenaren arabera, autokarabanan, camperrean eta karabanan bidaiatzerakoan klimarako isuri kaltegarri gutxiago askatzen direla aitortzen du, hoteletan ostatu hartu edota hegazkinez, itsasontziz edo autobusez garraiatzearekin alderatzen direnean baino (Bergk, Jurkschat & Schwieger, 1986).

Turismo mota hau, oro har, ingurugiro, natura eta ekosistemarekin errespetu handikoa dela dio. Erabiltzaileen artean zabaldua dagoen oinarrizko legeak bisitatzen den tokiaren jasangarritasuna zaintzea eta egondako tokia iristerakoan baino hobeto uztea dira (Bergk, Jurkschat & Schwieger, 1986; Hardy, Gretzel, & Kirkpatrick, 2014).

4.1.1 Zertan datza?

Gaur egun horren ezagunak diren ibilgailu hauen agerpenari data jartzea ez da erraza, estatubatuar eta ingelesek autokarabanan sorkuntza eztabaidatzen baitute, baina badirudi kontzeptu horren agerpena 1885ean izan zela Ingalaterran. Garai horretako ijitoen bizitza imitatzea helburu zuen luxu eta estilodun zaldiz bultzatutako karabana diseinatu zuen Bristol Wagon Works Companyak (12vpersonalcar, 2022).

1.go irudia: Zaldiek bultzatutako karabana (1919. urtea gutxi gorabehera).



Iturria: momentosdelpasado.blogspot.com

Lehenengo motordun autokarabanak 1.915ean New Yorken asmatu ziren eta San Frantziskora egindako lehen bidaietan milaka pertsonen harridura eragin zuen. Espainian 70. hamarkadan lehen ekoizleak sortzen hasi ziren, bereziki, gazteen artean hedatutako hippie bizimoduari zuzenduta.

Garai horretan sortu zen gaur egun ezaguna den autokarabana eta camperren kultura.

Egun Trafiko Zuzendaritza Orokorrak Ibilgailuen Arautegi Orokorreko II. Eranskinean autokarabana lo egiteko eta bizitzeko prestatutako ibilgailua dela dio, gutxienez eserlekuak, mahaia, eserleku bihur daitekeen ohea, sukaldea eta armairuak dituen. Ekipamendu hori etxebizitza-konpartimentua finkatuta egongo dela gehitzen du: Eserlekuak eta mahaia erraz desmuntatzeko diseinatuta egon daitezke (DGT, 2008).

Autokarabana beraz, bertan bizitza egiteko egokituta dagoen motordun ibilgailua da. Karabanaren prestazioak eta erosotasunak biltzen dituen elementua da, eta txasis beraren gainean zelula, gidatzeko-kabina eta motorra akoplatzeko abantailarekin.

4.1.2 Autokarabana bizi-estilo gisa

Karabanen bidaiatzen dutenen bizi estiloa, akanpatzeko zaletasunak eta bizi estilo horrek duen eragina aztertu izan dituzte autore desberdinek (Pforr, Dowling & Volgger, 2020).

Karabana mundukoak ez direnentzat kanpina jarduera homogeneousat har daitekeela adierazten du Caldicottek, interes eta zaletasun amankomunak dituzten pertsonak burutzen duten jardueratzat hartu bait daiteke (Caldicott, Jenkins & Scherrer, 2018), baina Southerton, Shove, Warde eta Deemek egin zuten ikerketaren arabera karabanazaleen artean ideia kultural, balio eta praktika desberdinak dituzten pertsona multzo desberdinak daude (Southerton, Shove, Warde & Deem, 1998).

Hainbat autorek (Hardy, Hanson & Gretzel., 2012) (Hardy, Anne & Robards, 2015) autokarabana turismoa teoria neotribalaren barruan kokatzea egokitzen jotzen dute, Caldicottek aldiz, karabanazaleak bizi-estiloko bidaiari gisa hartzen ditu, eta, horrela, "jende (turistiko) zoratzaitik" (Gray, 2018) bereizten dira.

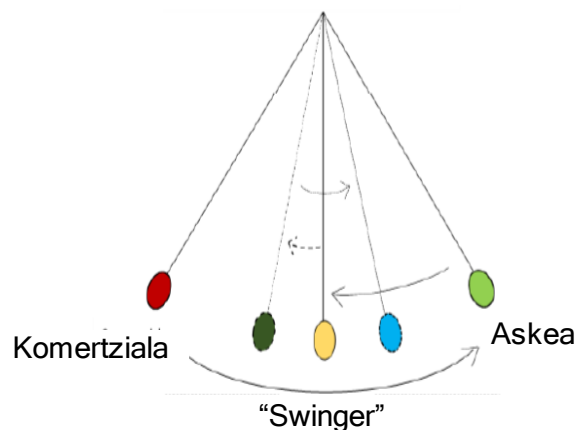
Artikuluak dionaren arabera, karabalinga autokarabana eta karabanen (barrualdea etxebizitza baten moduan antolatua duen motorrik gabeko ibilgailua da) akanpalekutzat hartzen da eta bizimodu positiboaren eta hirigintza nomadaren garapen gisa ulertzen da (Caldicott, Jenkins & Scherrer, 2018).

Jende askok egiten duen jarduera denez ezaugarri desberdinetako azpi-taldeak sortzen dira; kanpin tradizionalzaletatik hasita askatasunaren kanpinlari sutsuetaraino, azken hauek karabana guneak ahal den guztietan ekiditen dituztenak dira.

“Freedom Campers” artikulua (Pforr, Dowling, & Volgger, 2020) karabanazaleak ordaindutako kanpin eta kanpin librea gustuko dutenen artean bereizten ditu. Hori hobeto ulertzeko, karabanentzako aparkalekuen lehentasunen pendulua proposatzen du, mutur batean kanpin komertzialak kokatuz eta bestean, karabanen aparkaleku askeak. Bi muturren artean, txandakatzen den azpitribu berri bat kokatzen du, “swinger” izenez ezagutarazikoa hain zuzen ere.

2. irudia: Kanpatzeko espazio-hobespenen pendulua.

Kanpaleku komertziala ↔ Kanpaleku askea



Egilea: Caldicott, 2018.

Mota guztietako kanpinzale kopurua handitzen ari da ibilgailu hauen salmenta handitzen den proportzio berdinean. Modalitate bakoitzaren merkatu kuota aldatzen doa gizarte-eraginen eta norbanakoen lehentasunen arabera (Caldicott & Rodney, 2017). Artikulua idatzi zeneko garaian, merkatu kuotaren banaketa honakoa zen; komertziala %34, askea %16 eta swingerrak %50.

Askatasunaren aldeko kanpinlariak kontsumo turistikorako plangintza nagusiekin hausten duen jende taldea dela adierazten dute. Kanpaleku askeak parte hartzaileei independentzia, abentura, erronka, anonimotasuna eta gizarte-askapena ematen diela aitortzen dute. Muga fisiko eta karabana guneetako eremu tradizional eta kontrolatuetaiko neurri ekonomikoek uko egiten diete ahal den neurrian (Caldicott, Jenkins & Scherrer, 2018).

Kanpaleku askea bizimodu bezala aukeratzeko dutenek ingurugiroaren babesa bilatzen dutela esaten da, autoerregularizazio eta berdinen arteko zaintzaren bitartez (Foucault, 1991).

Australiako zenbait komunikabideek kanpaldi libreka kale-kanpaldi gisa irudikatzen dute, leku, espazio eta baliabide publikoen erabilera zalantzan jarriz eta horrelako iritziek izu morala sortzen dute (Purnell, 2019). Are gehiago, zenbait komunikabideek askatasunean akanpatzen dutenekin haserre dauden karabana-aparkaleku komertzialen istorioak argitaratzen dituzte, ostatu-tarifak ordaintzea saihesten dutelako. Kanpinlariak aldiz, beraien dirua non gastatuko duten erabakitzeko eskubidea aldarrikatzen dute horrelakoetan (Caldicott & Rodney, 2021).

Kanpaldi askearen gorakada bizitu da azken garaian. Duela urte batzuk kanpaldi askea zerbitzurik gabeko landa-eremuetan eta errepidetik kanpoko kanpaleku isolatuetan ematen bazen ere, gaur egun arautu gabeko eta hirietatik gertuago dauden kanpalekuetan ematen da, eta zenbaitetan, erdialdeko merkataritza-barrutietan ere (The West Australian, 2019).

“Born in a Tent – how camping makes us Australian” artikuluauren autoreak (Garner, 2013) kanpaldia nazio horren kulturaren eta ondare nazionalaren zati gisa defendatzen du, Australian aske kanpatzea eskubide bat dela dio alegia, bertakoek ingurunearekin elkar eragiten duten era nagusia baita (Ferris, 2015).

3. irudia: Akanpada librearen irudia.



Iturria: Furgocasa.com, 2023.

Egungo eskubide hori desagertzeko arriskuan dagoela adierazi zuen 2015ean Andrea Ferrisek “Go Australia” aldizkariaren editoreak honako adierazpenak egin zituenean (Ferris, 2015):

“Kanpalekuak bainugela eta zabortegi gisa erabiltzen jarraitzen bada eta lurra, ingurumena, bizitza basatia edo kanpaldiko kideak kontutan izaten ez badira, hurrengo belaunaldiek kanpatzeko oso leku gutxi izango dute, eta doakoa den ia ezta bat”.

Bestalde, kanpinlari komertzialek karabana gune tradizionalak eskaintzen dituzten erosotasun fisiko eta psikologikoak gustoko dituzte, besteak beste, ur, elektrizitate eta telebista zerbitzuetara konektatzea, igerilekuak, gimnasioa, jatetxea eta haurrentzako jolas zentroak izatea. Pribilegio horiek merkatuan oinarritutako tarifa baten truke eskuratzen dira.

Kanpaleku aske eta ordaindutako en arteko aldea nabarmena bada ere, karabanazaleen artean ematen diren hartu emanak berebiziko garrantzia dute eta horren adierazgarri dira kanpin eta guneetan egunero egiten diren erritualak. Horietako garrantzitsuenetarikoa, arratsaldeko 5etan Australiako milaka kanpin eta karabana guneetan ematen den “ordu alai” deiturikoa da, non edariak eta errepideko istorioak partekatzen dituzten su baten inguruan (Hiscock, 2016). Australiari 15.000km-ko buelta ematen dioten karabanariak gozatzen duten erritual neotribala da eta bidaiarien artean loturak ezartzeko aukera ematen du. Kanpaleku aske zein tradizional batera karabana berri bat iristen den bakoitzean, ingurukoek laguntza eskaini ohi diote sura gonbidatu aurretik.

Eztabaida ez da Australiako herrialdera mugatzen eta kanpaleku askearen eztabaida nazioartean ere ematen da, Hardy, Gretzel eta Kirkpatrick (2014) egileek adierazitakoan oinarrituta karabana industriak aurre egin beharreko erronka handienetako bat izango da.

4.1.3. Motak

Atal honetan xehetasun handiagoz azalduko dira autokarabanen nondik norakoak eta hauei aplikatzen zaien legediaren zehaztapenak emango dira (Autocaravanas | Guías Prácticas. 2014).

Autokarabana motak kaputxina, perfilatua, integrala eta kanperizatua dira, nahiz eta azken hau sarritan autokarabana deiturikoen barruan ez sartu. Oro har, ez dute 2.500-2.800 kg-ko pisua gainditzen eta beraz, B motako gidabaimenarekin gida daitezke (AISECAR, 2022).

4.1.3.1 Kaputxina

Autokarabana kaputxina, bizitzeko kabina kanpoko elementu batek osatzen du, motorra duen beste elementu batekin konektatuta. Autokarabana mota honen berezitasuna gidariaren gainean duten kabinaren luzapena da. Oso ohikoa den bertsioa da, eraikitzeke erraza eta bidaiari kopurua 4 eta 6 artean egokitzeko aukera ematen du.

4. irudia: Kaputxina.



Iturria: chic-camper.es

4.1.3.2 Perfilatua

Autokarabana perfilatuek furgoneta-kabina dute eta atzeko aldean autokarabana baten beharretara egokitzen da. Oso erabilgarrienak dira barruko guztia ahalik eta gehien optimizatuta baitago, beti ere erosotasuna eta efizientzia bilatuz.

5. irudia: Perfilatua.



Iturria: euromotorhome.es

4.1.3.3 Integrala

Bizitza egiteko kabina txasis motorrarekin gorputz bakarra osatzen du. Autokarabana motarik garestiena da, egitura osoa neurrira egiten baita jatorrizko ibilgailuaren motorra erabiliz. Espazio handiagoa sortzea ahalbidetzen du pisua aintzat hartzen ez denean. Autokarabanaren diseinua txasisaren jatorrizko ibilgailu komertzialarekin ez du zerikusirik; beraz, kabina berriro diseinatzen da espazioa modurik onenean erabiltzeko.

6. irudia: Integrala.



Iturria: camperwheels.rent

4.1.3.4 Furgoneta kanperizatuak

Furgoneta kanperizatuak edo camperrak autokarabanak baino txikiagoak izaten dira, furgoneta horien atzekaldea aldatu eta egokitu egiten da. Sailkapena konplexua da; izan ere, furgoneten tamaina desberdinak daude eta zerbitzu desberdinak izan ditzakete, tamainaren eta beharren arabera, ohea, mahaiak, bainugela edota sukaldea izan ditzakete.

7. irudia: Kanperizatuak.



Iturria: [esquire.com](https://www.esquire.com)

Aurrez definitutako autokarabana edo furgonetak garraibide eta ostatu gisa erabiltzen dira egin nahi den bidaiak irauten duen bitartean. Hemendik aurrera, autokarabanen turismoa edo autokarabanak aipatuko dira, kanperizatutako furgonetak barne hartzen dituen adierazpen gisa.

4.1.4 Araudia /Legedia

Trafikoko Zuzendaritza Nagusiaren iritziz, edozein ibilgailu behar bezala aparkatuta dagoen bitartean, aparkatzeko gunea mugatzen duten bide-marrak gainditu gabe eta, halakorik ez balego, muga gainditu gabe, ez du inporta bidaiariak ibilgailuaren barruan egotea, eta autokarabana ez da salbuespena (DGT, 2008). Nahikoa da barruan egin daitezkeen jarduera kanpora ez gainditzea, ibilgailuaren perimetroa urratzen duten elementuak ez zabaltzea alegia, hala nola, dendariak, toldoak, nibelazio-gailuak, egonkortze-euskarriak eta abar. Guztia hori autokarabanak aparkatzeko debeku zehatza ez badago izango da eta ibilgailuak orokorrean aparkatu daitezkeen tokiak badira.

Hortaz, aurreko baldintzak betetzen direnean autokarabana barruan gaua igarotzeko aukera dago baina ezingo dira, aurretik aipatu bezala, kanpora mahai eta aulkiak atera, toldoa zabaldu, ibilgailua egonkortu edo ibilgailuaren eremua gainditzen duen ezer burutu.

Ugariak dira neurri hauek ez betetzeagatik jartzen diren isunak, Donostiako kasuan esaterako honako albistea argitaratu zuen *Noticias de Gipuzkoa* egunkariak 2.022ko urrian “*Casi 300 actas por acampar de modo ilegal en verano*” (Alonso, 2022).

2.023ko Apirilean Donostiako Udaletxeak Autokarabanak hirian aparkatzea arautzeko zirkulazio-ordenantza aldatzeari buruzko arau-proposamenaren inguruko kontsulta burutu zuen, udalaren esanetan “*gero eta gehiago dira autokarabanen eta antzeko ibilgailuetan*

batetik bestera dabilzan turistak. Horregatik, komeni da udal-araudiak autokarabanen zirkulazioa eta, bereziki, aparkalekuak arautzea eta kontrol bat ezartzea udal-mugaratean horretarako prestatutako geralekuearako, bai eta halako ibilgailuek aparkatzerik ez duten gainerako eremuak zedarritzeke ere, autokarabanek edozein gunetan aparka ez dezaten”.

Donostiako Udaletxearekin harremanetan jarrita ez dute autokarabanen eta horien bisitarien inguruko daturik. Horren eskaera egiterakoan honako erantzuna jaso genuen; *“Autokarabanak arazo bat izaten ari dira hirian, normalean ez dituztelako aparkaleku-partzelak behar bezala erabiltzen, zirkulazio-erriak eta espaloiak inbadituz edo bi partzelatan aparkatuz. Bestalde, batzuetan elementuak hedatzen dituzte, nahiz eta baimenduta ez egon”.*

Ordenantza aldatzeko arautegi hau martxoaren 2ko 339/1990 Legegintzako Errege Dekretuak onartutako Trafikoari, Motordun Ibilgailuen Zirkulazioari eta Bide Segurtasunari buruzko Legearen 7. artikularen babesean egiten da (Real Decreto Legislativo 339/1990, 1990). Horregatik, Trafikoko Zuzendaritza Nagusiaren iritziz, erabiltzaile jakin batzuek baztertzeko arrazoi objektiboetan arrazoitua izan behar da, hala nola, ibilgailuaren kanpoko dimentsioak edo baimendutako gehieneko masa, eta ez arrazoi subjektiboengatik, esate baterako, erabiltzaile batzuen gizalegearen kontrako jokabideak burutzeagatik (gaueko zaratak, zaborra edo erabilitako urak bide publikora botatzea esaterako) edo antzekoak izan daitezkeen beste arrazoiengatik, tokiko agintariek lege-tresna eraginkorrak bait dituzte horri aurre egiteko, autokarabanen edo beste edozein ibilgailuren erabiltzaileekin erabiltzeko dituzten neurriak alegia.

Trafikoko Zuzendaritza Nagusiak dioenez, *“udal-ordenantzek ezin izango dute, inola ere, ibilgailuaren kanpoko eremua ez gainditzearen arauaren aurka egin, aldatu, hutsaldu edo nahasmenik eragin. Autokarabanen erabiltzaileek Trafikoko Zuzendaritza Nagusiari gehien egiten dieten kexetako bat udal batzuek ordenantzen bitartez ibilgailu horiek hiribide batzuetan edo guztietan aparkatzeko debekuaren ingurukoa baita”.*

4.2 LANDA LANAREN METODOLOGIA

Kapitulu honetan, lanaren esparru teorikoa azaldu ondoren eta sarreran planteatutako ikerketaren helburuari erantzuteko, Berioko auzotarrei, Ostadar tabernako arduradunari eta hiria autokarabanen bisitatzen dutenei egindako azterketa enpirikoen diseinuak azalduko dira.

4.2.1 Elkarrizketa pertsonala

Elkarrizketa pertsonala Berioko gunea kokatuta dagoen auzotarrei eta gunearen ondoan dagoen tabernariari egin zaie. Auzotarrei elkarrizketak egiterakoan, bertan bi urte edo gehiagoan bizi izan diren bizilagunei eta auzoko kale desberdinetakoak izatea kontutan izan da. Ondorengo ataletan teknika honen helburua eta diseinua zehaztuko dira.

4.2.1.1 Helburuak

Elkarrizketen bitartez autokarabana gunea kokatuta dagoen Berioko auzotarrek duten iritzia ezagutzeko ikerketa teknika kualitatiboa burutu da, aurrez aurre egindako elkarrizketen bitartez. Horrela, autokarabana gunek eta beteta dagoenean, autokarabanak inguruan aparkatzeak sortzen dituen ondorioak ezagutu nahi izan dira. Elkarrizketak auzoko kale desberdinetako bost laguni egin zaie aurrez aurre.

Era berean, gune ondoan dagoen tabernako arduraduna den Jon Serranori egindako elkarrizketaren helburua autokarabanazaleek tabernan duten presentzia eta hauen kontsumo ohiturak ezagutzea izan da.

4.2.1.2 Diseinua

Arazo edo fenomeno konplexuak ulertzera bideratutako gizarte-zientzietako azterlanetan ikerketa kualitatiboaren egokitasuna defendatzen da. Ikerketa mota honek dituen berezitasunen artean izaera induktiboa eta holistikoaz gain, irekia eta malgua ere badela da (Patton, 2002).

Halaber, horrelako lanetan funtsezkoa den subjektibotasun-dosi handiak dituzten fenomenoak eta errealitateak ezagutzeko gaitasuna du ikerketa kualitatiboak (González López & Ruiz Hernández, 2011). Adu batzuek baieztatzen duten bezala metodologia kuantitatiboekin alderatuz kualitatiboek sakontasun, aberastasun eta informazioaren zehaztasun handiagoa izatea ahalbidetzen dute (Belk, 2017).

Aztertu beharreko gaia sakon berrikusi eta ikertu ondoren, elkarrizketa guztietarako galderagida amankomuna diseinatu da. Galdetegi hori elkarrizketatu bakoitzari egokitu zitzaion..

Erabilitako teknika elkarrizketa pertsonal erdiegituratua izan da, galdera irekiak dituen gidoi batetik abiatuta. Auzotarrei egindako galdetegian Berioko auzoan autokarabana gunea egotearen inguruko bost galdera ireki egin dira; lehenengoan autokarabana gunea auzoan izateak ingurunean ondorioak eragin dituen galdetu da, bigarrean ondorio positiboak eta

negatiboak jakin nahi izan dira eta hirugarren galderan negatiboentzako irtenbiderik proposatzen duten. Laugarrenean, autokarabana ibilgailuak urteko zein garaietan egoten diren gehienbat jakin nahi izan da eta azkenik, inguruko ostalaritza eta dendariak beraien egunerokoan autokarabanan presentzia nabaritzen duten.

1.go taula: Auzotarrei egindako elkarrizketen fitxa teknikoa.

Eremua	Berioko auzotarrak
Unibertsoa	Bi urtez baino gehiagoz Berion bizi diren auzotarrak.
Ikerketa mota	Kualitatiboa
Laginaren tamaina	5 elkarrizketa pertsonal
Landa azterketa	Ekainaren 1etik 5era

Iturria: Norberak egina.

Ostadar tabernako Jon Serranori egindako galderak ere irekiak izan dira. Batetik, tabernan autokarabana gunea gertu izateak ondoriorik ba ote duen galdetu zaio eta bestetik, taberna eskari horretara egokitu behar izan den. Elkarrizketa guztietan informazioaren analisia egiteko aurrera eramandako urratsak ondorengoak izan dira;

2. taula: Analisia egiteko egindako urratsak.

1.go fasea: Datuetara gerturatzea	Lehenengo fase honetan, parte-hartzaileen eta elkarrizketatzailearen esku-hartzeak eta beste alderdiak islatzen saiatzen diren oharrak atzerapenik gabe transkribatu dira.
2. fasea: Kodeak sortzea	Gaia ezarri eta elkarrizketa bakoitzeko pasarte guztien informazioa bildu dira, interes-multzotan sailkatu eta oinarriko kontzeptuak ateraz. Analisisirako software bat erabiltzeko aukera izan arren, nahiago izan da prozesu hori eskuz egitea interpretazioa pertsonalizatuagoa eta aberatsagoa izan dadin. (Braun & Clarke, 2012; Belotto, 2018)

3. fasea: Ideiak identifikatzea	Helburua ideia amankomunak aurkitzea da. Kategoriak behin-behinekoak dira eta etengabe berrikusten dira (batzuk ezabatuz, beste batzuk gehituz, berriak proposatuz) analisia osatu arte.
4. fasea: Gaiak berrikustea	Hemen aurreko fasean lortutako ideiak doitzea da helburua eta, aldi berean, elkarrizketaren ikuspegia sendotzeko ezkutuko eta errepikakorrak diren gaiak identifikatu dira.
5. fasea: Gaien definizioa eta izendapena	Ondoren, gai bakoitzari esanahia eman zaio eta loturak ezarri dira. Urrats konplexua da, izan ere, edukiak estuki lotuta daude eta horrek lortutako datuei fideltasuna eta ulertteraza den azken mapa bat diseinatzea zailtzen du.
6. fasea: Txostena egitea	Aurreko urrats guztiak egin ondoren agertokia deskribatzen da, leialki, elkarrizketetatik ateratako testu-aipamen adierazgarriekin indartuz eta aberastuz.

Iturria: Braunek eta Clarke proposatutako urratsei jarraituz norberak egina (2006).

4.2.2 Galdetegia

Inkestak Donostia autokarabanan bisitatu duten edo bisitatuko luketen 163 pertsonari burutu zaie, internet bidez. Ondorengo ataletan teknika honen helburua eta diseinua zehaztuko dira.

4.2.2.1 Helburuak

Inkestek Donostia autokarabanan bisitatzen dutenen ezaugarriak, kontsumo-ohiturak eta lehenetsiak ezagutzen lagundu du. Ikerketa-teknika kuantitatibo bat egin da informazio hori lortzeko, internet bidez egindako galdetegia alegia. Galdetegia Facebook, Telegram eta Whastapp taldeetan zabalduta da. Horren difusioan ezinbestekoa izan da autokarabana munduko bi eduki sortzaileek, EHFurgo (6.000 jarraitzaile) eta FurgoBidaiak (8.000 jarraitzaile), Instagrameko horman galdetegia betetzeko gonbitea egitea.

4.2.2.2 Diseinua

Lehenik eta behin galdetegiak sarrera txiki bat du, galdetegiaren aurkezpena eginaz, anonimotasuna bermatuz eta laguntza eskertuz.

Lehenengo 10 galderen bitartez bisitarien buruzko informazio pertsonala biltzen da, hala nola, bisitarien adina, jatorrizko probintzia, errenta-maila, ibilgailu mota eta bidaiatu ohi duten lagun kopurua.

Ondorengo 17 galderak aldiz, Donostia autokarabanan bisitatzearen ingurukoak dira, hiria bisitatu izanaren inguruan, baiezkoen kasuan aukeraketaren arrazoiak, burututako jarduerak, erabilitako garraiobideak, egindako gastuak, aukeratutako aparkaleku mota eta lehentasunak, eta hiriko guneen balorazioa.

Azken galdera irekia da, nahi denaren inguruko ekarpena egin ahal izateko

Denera, esan bezala, 28 galdera dira. Horietatik lehenengo zortzi galderak sailkapen galderak dira, zortzi galdera itxiak (9, 10, 12, 13, 14, 17, 26 eta 27. galderak), lau aukera anitzeko galdera irekiak (15,16,18 eta 19. galderak), bost galderetan 1etik 5erako Likert eskala dago (20, 21, 22, 23 eta 24. galderak), bai eta ez aukerak dituzten bi galdera dikotomiko (11 eta 25. galderak) eta azkenik, aurretik aipatutako galdera irekia (28. galdera). Galdetegiaren amaieran eskainitako denbora eta esfortzua eskertzen da eta erabilitako denbora zehazten da.

Formularioa betetzeko eskakizunak autokarabanan bidaiatzea eta Donostia autokarabanan bisitatu izana edo bisitatzeko aukera izatea dira, Gipuzkoako hiriburuko eta inguruko autokarabanazaleak baztertuz.

Galdetegian Euskal Herriko eta Espainiar Estatuko 163 pertsonak hartu dute parte. Behin emaitzak jasota, Microsoft Excel erabiliz aztertu dira eta analisi deskribatzailea burutzeko taula eta grafikoak norberak eginak dira.

3. taula: Galdetegiaren laburpen taula.

Eremua	Euskal Herria eta Espainiar Estatua
Unibertsoa	Autokarabanazaleak eta Donostia bisitatu dezaketenak
Ikerketa mota	Kuantitatiboa
Laginaren tamaina	163 galdetegi
Landa azterketa	Apirilaren 29tik maiatzaren 12ra

Iturria: Norberak egina.

4.3 IKERKETAREN TESTUINGURUA DONOSTIAN

Donostiako turismo-bulegoetan artatutako bisitarien artean autokarabanan iritsitakoak bisitarien %2,6koa izan da, 2.019an baino lau puntu gehiago (San Sebastian Turismoa, 2022).

Ehuneko hau autoz iristen diren %57a baino nabarmenki txikiagoa bada ere, eta baita autobusez, trenez eta hegazkinez iristen direnena baino baxuagoa izanda ere, %15, %9,72 eta %9,83 hurrenez hurren, barraskiloek bezala etxea gainean daramaten bisitarien aurkako zenbait iritzi eragin dituzte azken urteotan. Horren adierazle dira 2.010.etik urtero udara aldean bereziki, zenbait komunikabideetan argitaratzen diren albisteak:

El parking de autocaravanas de Berio se queda pequeño

La ocupación creció en un 17% llegando a los 7.000 vehículos entre junio del año pasado y mayo de 2012

IRENE PEDRUELO SAN SEBASTIÁN.
Martes, 17 julio 2012, 09:26 DV

'Overbooking' de autocaravanas en Berio

Los viajeros abarrotan el entorno al no haber plazas suficientes en el parking

ESTRELLA VALLEJO Y CARLOTA EZQUIAGA
Domingo, 2 agosto 2015, 12:20 DV



Donostia, 'saturada' de autocaravanas

Última actualización: 21/06/2016 EITB

Los vecinos del barrio Antigua se quejan del número de caravanas que aparcan en la zona. Recuerdan que está prohibido pernoctar ahí.

Proliferan los puntos de acampada en las calles de San Sebastián

Con la ayuda de los lectores detectamos lugares insólitos en los que acampan turistas que visitan la capital donostiarra este mes de agosto

[Xabier Garate](#) San Sebastián DV

Martes, 2 de agosto 2022 | Actualizado 04/08/2022 14:57h.

El campus, desbordado de autocaravanas

Hay alguna duda jurídica sobre si sus ocupantes pueden dormir fuera del parking habilitado al efecto, aunque lo que está prohibido es acampar en la vía pública

[Aingeru Munguía](#)
San Sebastián DV

Domingo, 12 de agosto 2018, 08:51 |



Orain arte aztertu bezala autokarabana turismoak inguruko komertzio eta hiriko ekonomian, natur baliabide eta hondakinen kontsumo kontrolatua eta beste zenbait alderditan eragin positiboa izan dezakeen arren, Donostiako kasuan, eztabaidarako gaia da.

Honen arrazoiak aztertzeko, hiriburua autokarabanan bisitatzen dutenen inguruko informaziorik ez dugu topatu aurretik esan bezala, turismo mota hau ez baita Espainiako segmentu gisa aztertzen eta ostatuena eta kanpinen sektorean barneratzen denez ez da baliagarria den daturik aurkitu.

Hori dela eta, hiria autokarabanan bisitatu dutenen edo bisitatuko luketenen datuak jasotzeko ondoren aztertuko den galdetgia burutu da.

4.4 ELKARRIZKETEN EMAITZAK

Egin diren elkarrizketa pertsonalen nondik norakoak aurkeztuko dira atal honetan. Ondorengo taulan elkarrizketatutako Berio kalearen bizilagunen adina, bizi diren kalea eta auzoan daramaten antzintasuna adierazten dira.

4. taula: Elkarrizketatuen profila.

	ADINA	BIZI DEN ZONALDEA	ANTZINATASUNA AUZOAN
1.go elkarrizketatua	39	Marugame Plaza	5 urte
2. elkarrizketatua	74	Isidro Ansorena kalea	20 urte baino gehiago
3. elkarrizketatua	44	Ilarra bidea, 12	7 urte
4. elkarrizketatua	42	Berio Pasealekua, 36	3 urte
5. elkarrizketatua	67	Berio Pasealekua, 23	20 urte baino gehiago

Iturria: Norberak egina.

Lehenengo galderan parte hartutako guztiek ahobatez autokarabana guneak auzoan eragina izan duela aitortu dute. Guneak berak baino, garai askotan aparkalekua txiki geratzen denez, autokarabanak auzoko kaleetan aparkatzeak eragiten omen ditu ondorio gehienak.

Elkarrizketatutako guztiek giro lasaia egoten dela adierazi dute (soinuaren inguruko kexarik ez dago), autokarabanez auzoari bizitza eman diotela nabarmentzen dute eta gunearen ondoan dagoen EHUko aparkaleku handia zeharkatzeko segurtasuna ematen diola ere esan du 3. elkarrizketatuak, *“etxerako bidean noanean, autobusak uzten nauen tokitik etxe artean sartu arte dagoen aparkalekua iluna eta hutsa dagoenean, presaka joaten naiz, aldiz, kanpatuta daudenean lasai joaten naiz segurtasun sentazioarekin”*.

1.go elkarrizketatuak komunak egotea faltan botatzen duela adierazi du, gunearen ondoan dagoen baratza kudeatzen duenez bidexkan paperak eta zaborra egoten dela azpimarratu du. Pertsona berdinak, beroa egiten duenean tigre-eltxoak iturrian biltzen direla aipatu du eta horrek inguruan eragozpenak sortzen dituela.

2., 4. eta 5. elkarrizketatuek autokarabana handiek aparkaleku arruntetan, gunetik kanpokoetan alegia, ibilgailua uzten dutenean autokarabanez atzeko aldeak espaloia hartzen dutela nabarmendu dute eta umeen eta elbarrituen aulkiekin espaloitik ibiltzea ezinezkoa bihurtzen dela salatu *“ipurdi handia duten autokarabanez espaloia gainean jartzen dira eta atzetik pasatzea ezinezkoa da, bakarrik noanean ez zait inporta baina umeen aulkiarekin faena bat da”* dio 4.ak.

Beste bisitari gutxi batzuek mahai eta aulkiak ibilgailuetatik ateratzen dituztela adierazi du, baita toloa zabaltzen dutela ere eta inoiz arropak lehertzeko inguruan zabaltzea izan dituztela ere azpimarratu du lehenengo elkarrizketatuak.

Denek, gunea txiki geratzen dela adierazi dute eta toki gabeziari egozten dizkiote arazo gehienak. Epe laburrean, alternatibarik eskaintzen ez den bitartean, aparkaleku handian eta linean (jarraian) aparkatzea lehenestea proposatzen dute eta espaloietakoa konpontzeko, ibiltzeko tokirik uzten ez dutenei isunak jartzea.

Zikinkeraren arazoari aurre egiteko komunak jartzea ere proposatu da eta tigre eltxoen pilaketa handia denean, beharrezko neurriak hartzea.

Udarako hilabeteetan urte osoko autokarabana bisitarien kopururik handiena izaten bada ere, gainontzeko oporraldietan ere auzoan autokarabanez joan-etorria nabaritzen dutela adierazi dute, asteburu luzeak direla edo aste santu eta gabonetako oporrak direla medio.

Gunetik oso gertu dagoen Ostadar tabernak egunerokoan autokarabanez presentzia nabaritzen dutela adierazi dute, ez horrenbeste aldapan goran dagoen supermerkatuak.

Ostadar tabernako arduraduna den Jon Serranori egindako elkarrizketan, bezeroen artean autokarabanazaleak dituela adierazi du. Ibilgailu hauek buruaskiak direlako tabernara doazen bezero kopurua oso handia ez dela adierazi du eta hauen kontsumoa supermerkatuetan oinarritzen du batik bat. Duela urte batzuk inguruan zegoen denda txiki batek itxi zuenetik ogia eta egunkaria eskaintzen dituzte tabernan eta autokarabanan daudenen artean eskaria handia dela azaldu du.

Gunea txiki geratu izanaren ondorioz inguruetan aparkatzen duten autokarabanez bizilagunen artean kontrako iritziak sortzen dituztela adierazi du Serranok baina ez gunean bertan dauden erabiltzaileek, gunekoek ondorio kaltegarriak eragiten ez dutela azpimarratu baitu.

Auzotar eta tabernariari egindako elkarrizketetatik ondoriozta daiteke gunean bertan dauden ibilgailuek eragiten dituzten ondorio negatiboak eskasak direla eta nabarmenagoak direla gunetik kanpo aparkatutakoek sortzen dituztenak.

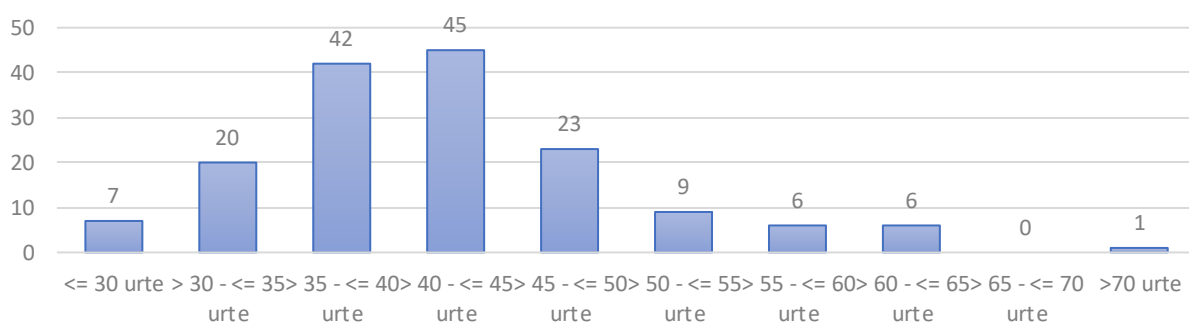
4.5 GALDETEGIAREN EMAITZAK

Atal honetan galdetegiaren emaitzak aurkezten dira bi sail desberdinetan banatuta. Lehenengo atalean galdetegia erantzun dutenen profila ezagutu nahi da, laginaren nondik norakoak alegia. Bigarren atalean aldiz, Donostiako bisitaren ingurukoa izango da, egonaldiaren arrazoiak, luzapena, gastuaren nondik norakoak, guneen inguruko balorazioa eta jasagarritasunak duen garrantziaz.

4.5.1 Bisitarien profila

Bisitarien ezaugarri orokorrak aztertzerakoan adina izango da lehenengo aztergaia.

1.go grafikoa: Galdetutakoen adina.



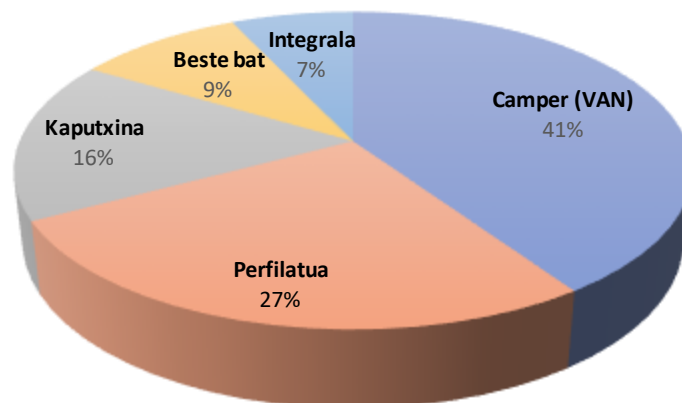
Iturria: Norberak egindakoa.

Grafikan ikusi daitekeen bezala, galdera erantzun diotenen 159 pertsonetatik %55a 35 eta 45 urte bitartekoa da, 30 eta 35 urte bitartekoak %13a izan da eta aldiz, 45 eta 50 urte bitartekoak %14a. Nabarmenki txikiagoa da beste adin tarteko pertsona kopurua, %6tik beherakoak gainontzeko tarte guztietan. Beraz, erantzundakoen %80a 30 eta 50 urte bitartekoak direla esan daiteke.

Jatorriari dagokionez, %68a gipuzkoarra (58 erantzun), arabarra (11 erantzun), bizkaitarra (28 erantzun) eta nafarrak dira (13 erantzun). Gipuzkoarren %36ko parte hartzea aipagarria da eta esandakoez gain, ordezkariarik handiena duten lurraldeak Catalunya %8ko parte hartzearekin (12 erantzun) eta Andaluzia izan dira, azken hau %4arekin (7 erantzun).

Lanari dagokionean, %85a enplegatua da eta horietatik %24a irakasleak. Errentari dagokionean aldiz, %62ak erdi mailako errenta du (18.000€ eta 36.000€ artekoa) eta %25ak goi mailakoa (36.000 eta 60.000€ artekoa).

2. grafikoa: Erabilitako ibilgailu mota.

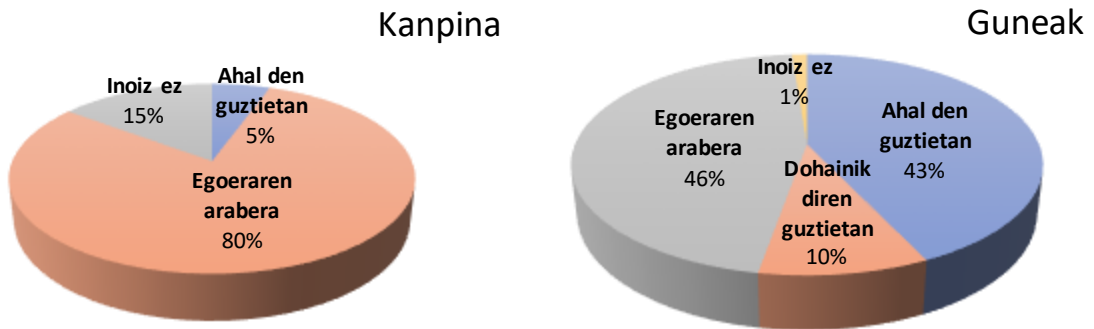


Iturria: Norberak egindakoa.

Ibilgailu motaren inguruan galdetu denean, parte hartzaileen erdiarena autokarabana dela erantzun dute (94), horietatik %27a perfilatua, %16a kaputxina eta %7a integrala. %40ak camperrean bidaiatzen dute (64) eta %10ak bestelakoetan, furgoneta txikiagotan (15) alegia.

Horrelako bidaiak norekin egiten diren galdetutakoan gehiengoak familian (98), bikotearekin edo bakarrik bidaiatzen dutela (80) erantzun dute eta %10ak, lagunekin (25). Ez dira aipagarriak programatutako irteerak edota bestelakoak oso erantzun gutxi izan dituztelako. Horietako erantzuleetako batek familiari bisita egiteko bidaia egin zuela adierazi du.

3. eta 4. grafikoak: Kanpin eta guneak bisitatzeko ohiturak.



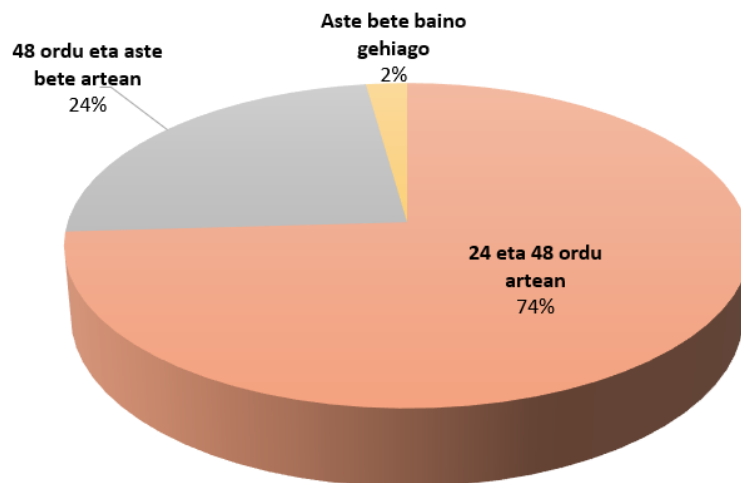
Iturria: Norberak egindakoa.

Bidaiatzeko ohiturei dagokienean, %80ak kanpinetara egoeraren arabera joaten direla erantzun dute eta aldiz, guneengatik galdetzerakoan, %46ak egoeraren arabera joango liratekeela erantzun dute eta %43ak ahal den guztietan guneetara joaten direla adierazi dute. %10ak doakoak diren guneetan lo egiten dutela zehaztu dute.

4.5.2 Donostia autokarabanan

Bigarren atal honetan Donostia autokarabanan bisitatu duten galdetzerakoan, %66ak baiezkoa adierazi du (107) eta %34ak (56) ezezkoa. Hirian egon direnen 107 erantzuleetatik 101 azken bi urtetan egon dira.

5. grafikoa: Donostiara bisitaren iraupena.



Iturria: Norberak egindakoa.

Hirian egon direnen edo joango liratekeen artean hiru laurdenak 24 eta 48 orduko egonaldiak egin dituzte edo egingo lituzkete (100) eta gainontzeko laurdenak 48 ordu eta astebete artean pasako lukete hirian (32).

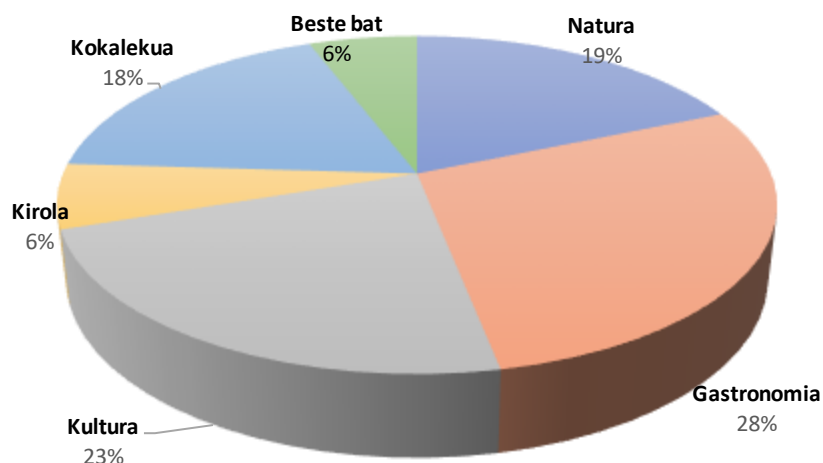
5. taula: Hiria ezagutzeko erabilitako garraiobideak.

	Oinez	Autobusa	Bizikleta	Beste bat	Motorra	Taxia
Pertsona	70	41	13	2	1	1
Ehunekoa	%55	%32	%10	%2	%1	%1

Iturria: Norberak egindakoa.

Taulan ikusi dezakegun bezala, bisitarien erdiak baino gehiagok hiria oinez bisitatu dute edo bisitatuko lukete (70) eta laurdenak autobusez (41). Bizikleta erabiliko luketenak %10a dira (13) eta soilik batek taxia erabiliko luke eta beste batek motorra.

6. grafikoa: Donostiara bisitaren arrazoiak.



Iturria: Norberak egindakoa.

Hiria bisitatzeko arrazoiak asko dira eta grafikan ikusi daitezkeen bezala arrazoi nagusiak, gastronomia (73), kultura (59), natura (48) eta kokalekua (47) dira. Badira ere kirolagatik gerturaten direnak ere, edo beste arrazoi batzuegatik, aurretik aipatutako familiari bisitan esate baterako.

Horietan eta beste zenbait jardueretan gastatutako diru kopurua hurrengo taulan ikusi daiteke.

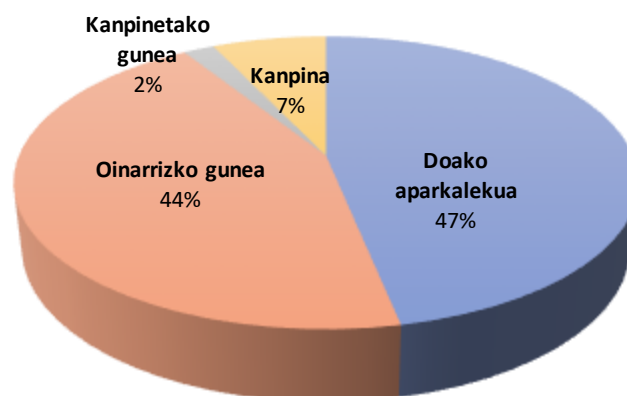
6. taula: Eguneko gastua gaua kontutan izan gabe.

	50€ baino gutxiago	50 eta 100€ artean	100€ baino gehiago
Pertsona	47	88	16
Ehunekoa	%31	%58	%11

Iturria: Norberak egindakoa.

Gaua igarotzeagatik ordaindu behar dena kontutan izan gabe %58ak eguneko 50 eta 100€ artean gastatu ohi ditu, %31ak 50€ baino gutxiago eta %11ak aldiz 100€ baino gehiago. Bisitariak burututako gastu horren gehiengoa bi ataletan kokatzen da, %63a, ostalaritzan eta %22a denda txikietan (supermerkatuan, okindegian, harategi eta arraindegian, etab.).

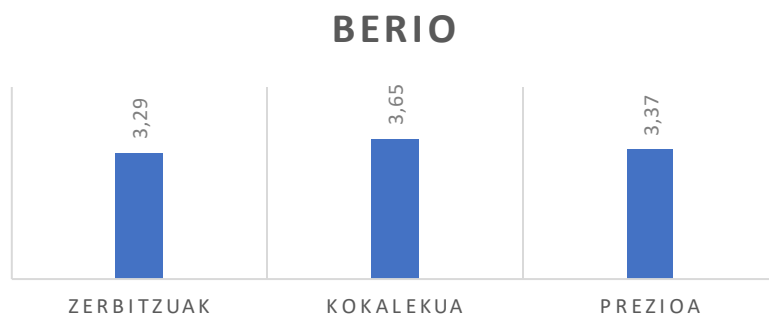
7. grafikoa: Donostia bisitatzekoan lo egiteko erabilitako aparkalekua.



Iturria: Norberak egindakoa.

Hiria bisitatu dutenen artean lo egiteko aukeratutako aparkalekuan sakonduta, %48ak doako aparkalekuak erabili dituzte (73) eta %45ak oinarrizko zerbitzuak zituzten gunek (69). Kanpinetara joan direnak %7 bakarrik izan dira (11).

8. grafikoa: Berioko guneari emandako puntuazioa; kokalekua, zerbitzuak eta prezioa.

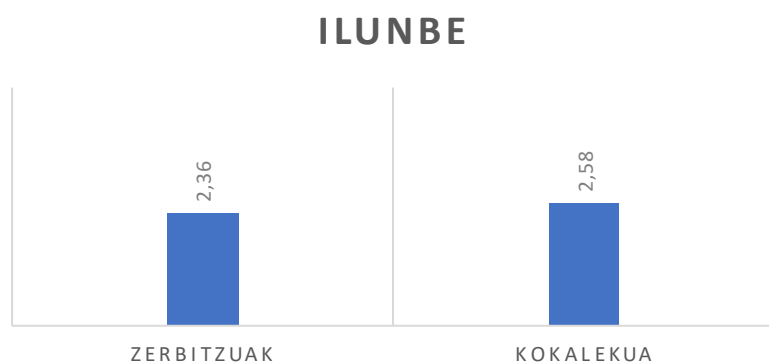


Iturria: Norberak egindakoa.

Donostiak dituen bi gunek 1etik 5era baloratzeko eskatu zaie inkestadunei. Berioko gunea izen berdineko auzoan dago kokatuta, Euskal Herriko Unibertsitatetik oso gertu. 44 ibilgailurentzako toki eta ur-iturria daude, ur gris eta beltzak husteko aukera, taberna ondoan eta supermerkatua 50 metrotara. Tarifa gauko 4 eta 7€ artekoa da urteko garaiaren arabera.

Gune hau ezagutzen dutenen artean gehieneko puntuazioa 5 izanda 3,65a eman diote kokalekuari, 3,29 zerbitzuei eta 3,37 prezioari.

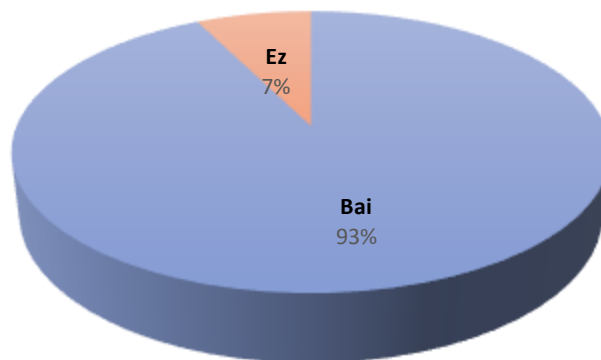
9. grafikoa: Ilunbeko guneari emandako puntuazioa; zerbitzuak eta kokalekua.



Iturria: Norberak egindakoa.

Ilunbeko guneak aldiz 10 autokarabanentzako lekua du baina ez daude ibilgailu hauentzat bereziki gordeta. Guneak ur garbia bete eta ur zikinak husteko aukera ematen du, gertu gasolindegia dago eta inguruan ez dago beste ostalaritza edo dendarik. Gune honi dagokionean aldiz, 2,36ko puntuaketa eman diete zerbitzuei eta 2,58 kokalekuari. Gunea doakoa denez ez da prezioaren inguruko galderarik egin.

10. grafikoa: Gauagatik ordaintzeko prest daudenak.



Iturria: Norberak egindakoa.

Gaua ez ordaintzearen alde dagoen mugimendua ezagututa arreta deitzen du gaua pasatzeagatik ordaintzeko prest agertu diren 137 erantzule egotea, galdetutakoen %93ak tarifa bat ordainduko luke hirian gaua pasatzeagatik eta soilik %7a ordaintzearen aurka agertu da.

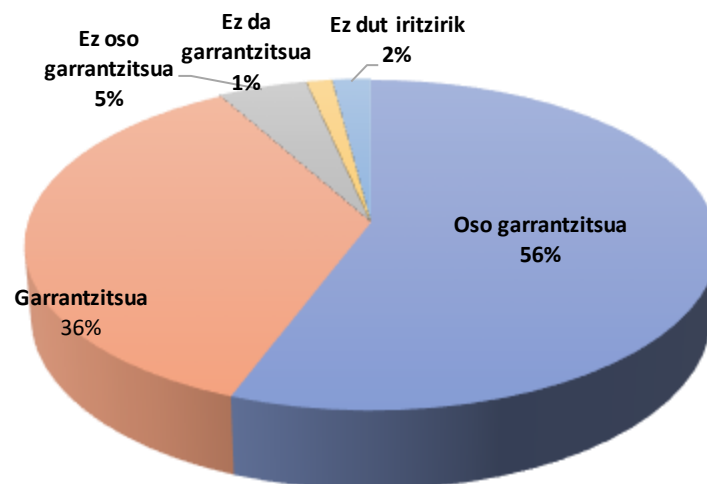
7. taula: Gaua igarotzeagatik ordainduko luketena.

	10€ baino gutxiago	10 eta 20€ artean	20 y 30€ artean	30€ baino gehiago
Pertsonak	63	74	2	0
Ehunekoa	%45	%53	%2	%0

Iturria: Norberak egindakoa.

Gaua igarotzeagatik ordainduko luketen 74 pertsonak (%53ak alegia) 10 eta 20€ artean ordaintzeko prest leudeke eta 63 (%45a) 10€ baino gutxiago ordaintzeko prest. Gutxi dira 20 euro baino gehiago ordainduko luketenak, zehazki 2 pertsona.

11. grafikoa: Jasangarritasunak autokarabana bidaietan duen garrantzia.



Iturria: Norberak egindakoa.

Azkenik, galdetegi erantzun dutenei jasangarritasunarekiko duten jarreraren inguruan galdetu zaie, ibilgailuekin egindako bidaietan jasangarritasunak duen eraginagatik galdetu zaie hain zuzen ere. %56a bidaian zehar hartutako erabakietan funtsezkoa dela erantzun dute eta %36ak egiten dituzten bisitetan ingurumen-eraginaz jabetzen saiatzen direla erantzun dute nahiz eta batzuetan zaila egiten zaien. Oso antzeko datuak dira National Geographic aldizkariak 2.021ean egin zuen galdetegi batean lortu zituen emaitzak non helmugako tokia aukeratzekoan espainiarren %75arentzat jasangarritasuna garrantzia gehienetarikoa duen arazoiekoa dela adierazten zen (Batlle, 2021).

Azken atalean, galdetegi osatu dutenei proposamenak, iritziak eta bestelakoetarako aukera eman zaie. Iritziak anitzak izanik, ondorengoak dira aipagarrienak:

Autokarabanazale batek, camper eta autokarabanan egiten den turismoak jende asko erakartzen duela dio, oro har, errespetuan oinarritutako turismo parte hartzailea dela nabarmenduz eta uste denaren kontra, kontsumitzen duen turismoa dela zehaztu du. Gainera, gunea segurua denean, kokaleku onean dagoenean edo garraio publikoa gertu duenean eta zerbitzu egokiak eskaintzen dituztenean, jendea ordaintzeko prest agertzen dela gaineratu du.

Beste batek, Avilako hirian kokatua dagoen gunea eta doakoak diren Zamorako guneak aintzat hartzearen aipamena egin du. Gunea erdigunean egotea beharrezkoa ez dela esan du berdinak, baina segurua izan behar duela azpimarratu du, *“ohitutak gaude autokarabana uzten dugun tokitik autobusez mugitzea baina seguru sentitzen ez bagara nahiago dugu beste aparkaleku bat bilatu”* dio. Honen harira, beste parte hartzaile batek Ilunbeko gunean segurtasun ezaren sententzia dagoela dio eta bertan lo egiteak beldurra ere ematen duela.

Berioko gunea hainbatetan txiki geratzen dela errepikatu da sarritan, bertan tokirik ez aurkitzearen ondorioz inguruko kaleetan kanpatu behar izan dutela aipatu dute. *“Askotan joaten naiz Donostiara asteburu pasa eta gutxitan aurkitzen dut gunean tokirik, normalean kanpoko aparkalekuan utzi behar izaten dut furgoneta”* aipatu du batek. Autokarabanak aparkatzeko tokia ere txikia dela gaineratu dute eta autokarabana batzuk eskas sartzan direla, eta azkenik, elektrizitate hornidura egotea eskertuko litzatekeela.

Guneei dagokienean, kalitatezko zerbitzuak, erosotasuna eta segurtasuna eskaintzen dituen gune batengatik ordaintzeko prest agertu dira batzuk baina ez urruti, isolatuta eta zaindu gabe dagoen gune batengatik. Beste batzuek, bisitatzeko dituzten hirietan diru asko gastatzen dutela diote, ez tabernetan bakarrik, baita denda desberdinetan ere, eta horregatik ez dute gunea ordaintzeko aukera aintzat hartzen.

Parte-hartzaileen iruzkinekin amaitzeko parte hartzaileetako batek esandakoa azpimarratzen da:

<< Dagoenaz gozatzen jakin behar da, inguru aurkitu duguna baino hobeto utziz.>>



4.6 IKERKETAREN ONDORIOAK

Egindako ikerketa atal desberdinez osatuta zegoenez ondorioak ere bitan bereiztuko ditugu, ikerketa kualitatibo eta kuantitatiboaren konklusioetan alegia.

Ikerketa kualitatiboaren, hau da, bizilagun eta tabernako arduradunari egindako elkarrizketen helburua guneak eta gunean tokirik ez izateak sortzen dituen ondorioak aztertzea izan da eta hauek dira ondorioztatutakoak:

- i. Donostiak autokarabanan datozen bisitariarentzat eskaintzen dituen aparkalekuak ez dira nahikoak hiriak duen eskariari aurre egiteko.
- ii. Egoiliarrekin gatazkak bereziki autokarabanentzako ez diren aparkalekuetan sortzen dira; zikinkeria, gaizki aparkatzeak eta ibilgailuaren mugak gainditzea izan dira ondorioz kaltegarrienak.
- iii. Turismo mota honen bisita-ohiturek ondorio positiboak eragiten dituzte; ingurugiro, natura eta ekosistemarekin oreka eta baita eragin ekonomiko positiboa ere.

Hiriarentzat aberasgarria izan daitekeen turismo honek une honetan eragin kaltegarriak izaten ari da tokikoentzat, errespetuan oinarritu eta osagarria izan behar luken elkarbizitza bermatzeko ibilgailu mota honentzat eskainitako lekua izan beharko lukete.

Gunean dauden autokarabanazaleen inguruko aurkako iritzirik ez dugu izan, bai aldiz, segurtasun pertzeptzioa eragiten dutela eta inguruko komertzioetan gastua egiten dutela. Aparkaleku aproposa eskainita egoiliarrek jasaten dituzten kalteak konpondu eta eragin positiboak sendotu ahalko liriateke.

Ikerketa kuantitatiboari dagokionez, galdetegia egitearen helburua bisitarien ezaugarriak, kontsumo-ohiturak eta lehentasunak ezagutzea ziren eta galdetegia erantzun dutenen artean honakoak ondorioztatu daitezke; Donostiara autokarabanan datozenen turismoa lasaia da, oro har 30 eta 50 urte bitarteko familiak dira eta hein handi batean Euskal Autonomia Erkidegokoak eta Nafarroko jatorria dute.

Honetaz gain, eguneko ostalaritza eta komertzio txikietan 50 eta 100€ arteko gastua egiten dute gauagatik ordaindutakoa kontutan izan gabe. Ibilgailu buruaskiak direnez, gastuaren ehuneko handi bat ohiko erosketak egiteko izaten da, barazki, fruta, arrain eta haragia besteak beste.

Ikerketako emaitzetatik eta urteetan zehar zenbait komunikabidek argitaratutako berrietatik hiriak eskaintzen dituen guneak txiki geratu direla ikusi da. Horren adierazgarri da galdetegia erantzun duten bisitarien %48ak doako aparkalekuetan igaro duela bisitaldia eta aldiz, %93a ordaintzeko prest egongo litzatekeela.

Ordaintzeko prest egongo litzatekeen gehiengo horretatik, zehazki, erdiak baino gehiagok 10 eta 20€ artean ordainduko luke (gaur egun Berioko guneak ezarrita duen tarifaren hirukoitza garairik garestiengan). Gainontzeko %45a 10€ baino gutxiago ordaintzeko prest legoke.

Galdetegia erantzun dutenek egindako iruzkinen arabera, gunea hiriaren kanpoaldean jartzea erabaki ona dela iruditzen zaie oinarritzko zerbitzu eta zaintza eskaintzen badira, segurua bada eta mugikortasuna errazteko garraio publikoa eskaintzen bada.

Beraz, hirian aparkatzeagatik orain baino tarifa handiagoa ordaintzeko prest dago bisitarien gehiengoa baldin eta gehienez 20€/gauko prezioa izango balu, egun hiriko kanpinen ordainsaritik urrun.

Laburbilduz, hauek dira galdetegietatik ondorioztatutako bisitarien ezaugarri amankomunak:

- i. 30 eta 50 urte bitarteko familiak Araba, Bizkaia, Gipuzkoa eta Nafarroakoak.
- ii. Ostalaritza eta komertzio txikietan 50 eta 100€ arteko gastua egiten dute eguneko.
- iii. %50ak 10 eta 20€ artean ordainduko lukete eta %45a 10€ baino gutxiago.
- iv. Bisitarien %48ak doako aparkalekuak erabili ditu eta %93a ordaintzeko prest dago.
- v. Gunea hiriaren kanpoaldean jartzearekin ados daude, autobusez garraiatuko lirateke.

Bai ikerketa kualitatibo eta baita kuantitatiboek agerian uzten dute autokarabanentzako aparkalekuaren eskaintza nahikorik ez dagoela hirian eta bai bertakoek baita bisitariak ere ibilgailu hauentzako tokia izaterakoan egun dauden zenbait ondorio kaltegarri desagertuko liratekeela.

Nabarmentzekoa da ere egoiliarrek adierazitako ondorio ekonomiko positiboak galdetegietatik ere ondorioztatu direla, eta turismo mota honen kontsumoa ostalaritzan eta komertzio txikietara bideratzen dela gehienbat.

5. ONDORIOAK

Azken atal honetan lanaren ondorioak aztertuko dira. Aurreko 3.5 puntuan esandakoa berreskuratuz, *Turismoaren mugarik gabeko hazkundearen ondorioak identifikatzen: Turistifikazioa Donostian* atalean alegia, xehetasunez aztertutako bi erronkei irteera partziala autokarabana turismoaren bitartez ematea proposatzen da aurretik azaldutako argudioetan oinarrituz.

Aurreko puntu horretan aipatu diren erronkak ondorengo hauek dira;

- Ahulak diren zonaldeetako turismoaren hazkundeari eustea, Alde Zaharrean, Zabalgunean, Portuan edo Grosen.
- Jasangarritasuna, klima-aldaketara egokitzea eta ekonomia zirkularra bultzatzea.

Emaitzen interpretazioa burututa hiriak duen eskariari erantzuteko Berio eta Ilunbeko guneak tokirik ez dutela agerian geratu da eta ondorioz, turismoari dagokionean ahula ez den zonalde batean autokarabanan datozen bisitarien eskariari aurre egiteko nahikoa aparkaleku izango duen gunea egitea proposatzen da.

Aurretik aipatutako lehenengo erronkari dagokionean, ikerketan aztertutakoaren arabera, gune berriaren merkataritza eta ostalaritza saltokiak aberastuko lirateke, autokarabanazaleen presentziak zonaldean eragin ekonomiko positiboa hedatuz.

Bigarren erronkari dagokionean aldiz, hau da, jasangarritasunari dagokionean, aurretik aipatutako Öko-Institutu alemaniarrek egindako ikerketaren arabera (Bergk, Jurkschat & Schwieger, 1986), ibilgailu hauetan bidaiatzerakoan ingurugiro, natura eta ekosistemarekin errespetuz harremantzen dela azpimarratzen da; ura eta energiaren kontsumo murriztua eta hondakinen sorkuntza kontrolatuz. Hori dela eta, jasangarritasunarekiko inpaktu orekatua sortuko lukete gunera joango liratekeen bisitariak.

Era honetan, Donostiako hiriari, turismoaren esparruan ibilbide eta esperientzia aitortua duen horri, aurrerapauso bat ematea eta sektorea eredu iraunkorrago baterantz bideratzeko erantzukizuna hartzea proposatzen da autokarabana turismoaz baliatuz.

Donostiako hiriak turismoaren aurrean izango dituen gidalerroak zehaztu behar dituen garai honetan hiriaren kanpoaldean autokarabana gune berri bat egitea proposatzen da, Donostiako

turismoaren historia bereziki egoiliarrentzat eta baita bisitariarentzat ere, arrakastatsua izatea bueltatu dadin.

Horrela, aurretik aipatu bezala, autokarabanen turismoa hiria bizitzen ari den egoerari egokituko litzateke, turismo honek eragiten dituen ondorio negatibo batzuk zuzenduz eta bisitari hauek sortzen duten inpaktua aberasgarria hedatuz.

Lanari amaiera emateko, egindako azterketan zehar hainbatetan aipatu den *jasangarritasunak* duen garrantzia gutxitu gabe Andreu Escrivá dibulgatzailearen hitzak ekarri nahi dira (Escrivà, 2023); “*egun gobernuetako, enpresetako, erakundeetako edo ikerketa-zentroetako ingurumen-diskurtsoak gauden bezala geratzeko helburua duen tresna da jasangarritasuna*”. Horregatik honakoa azpimarratzen du;

“Iraunkortasunak jadanik ez du ezer esan nahi”.

Ez dezala bide hori hartu Donostiako Turismoak, eta etorkizuna Iraunkorra, bidezkoa eta guztiontzat aberasgarria den bidea hartu dezala.

6. BIBLIOGRAFIA

- 12vpersonalcar, (2022). *Primeras autocaravanas, historia caravaning*. Revista 12 Voltios & Personal Car | Portal de car audio, multimedia, personalización y accesorios para vehículos. Retrieved Jun 19, 2023, from <https://12vpersonalcar.com//art/9209/la-historia-del-caravaning>
- AISECAR, (2022). *El sector caravaning supera la crisis del Covid pero ralentiza su crecimiento ante la crisis de los componentes*. En *Aiseicar: Noticias*, 11 de enero de 2022. <https://aseicar.org/el-sector-caravaning-supera-la-crisis-del-covid-pero-ralentiza-su-crecimiento-ante-la-crisis-de-los-componentes>.
- Alonso, (2022). *Casi 300 actas por acampar de modo ilegal en verano*. Noticias de Gipuzkoa. Retrieved Jun 25, 2023, from <https://www.noticiasdegipuzkoa.eus/donostia/2022/10/11/300-actas-acampar-ilegal-verano-6103197.html>
- Autocaravanas | Guías Prácticas, (2014). <https://www.guiaspracticass.com/caravanas-y-autocaravanas/autocaravanas>
- Belk, (2017). Qualitative research in advertising. *Journal of Advertising*, 46(1), 36-47.
- Bergk, Jurkschat & Schwieger, (1986). Zur Adsorption von Farbstoffen und Farbstoffablaugen an hochsilicatischen Adsorbentien mit Schicht- und Raumnetzstruktur. *Acta Hydrochimica et Hydrobiologica*, 14(5), 503-508. doi:10.1002/ahch.19860140509 Retrieved from <https://api.istex.fr/ark:/67375/WNG-521KC3DC-W/fulltext.pdf>
- Bizilagunekin, (2019). Desazkunde turistikoaren aldeko donostiarren plataforma. Message posted to <http://bizilagunekin.eus/>
- Braun & Clarke, (2006). Using thematic analysis in psychology. *Qualitative Research in Psychology*, 3(2), 77-101.
- Caldicott, Jenkins & Scherrer, (2018). Wherever I park my RV, that's my home: Freedom camping and local community tensions in eastern Australia. *The Routledge handbook of second home tourism and mobilities* (pp. 319-337). Routledge.
- Caldicott, (2017). *Freedom Camping Politics and Policy: A Case Study of Four Australian Local Communities*,
- Caldicott, (2021). Freedom campers: a new neo-crowd (-tribe) breaking tradition with planning boundaries. *Consumer Tribes in Tourism: Contemporary Perspectives on Special-Interest Tourism*, , 137-160.

- Comercio & Gobierno Vasco, (2010). *Análisis-Diagnóstico de la Situación actual del Turismo Vasco Principales magnitudes del turismo en Euskadi*
- DGT, (2008). <https://www.dgt.es/muevete-con-seguridad/viaja-seguro/en-autocaravana/>
- Donostia Turismoa, (2023). *Plan Director 2023 – 2027 DIAGNÓSTICO Y ESTRATEGIA SÍNTESIS*. Unpublished manuscript.
- Escrivà, (2023). *Contra la sostenibilidad*. Arpa.
- Eusko Jaurlaritza. (2017). Estrategia de Turismo Vasco 2030. *Plan De Marketing Del Turismo Vasco 2017-2020*,
- Eustat, (2023). *Entradas, pernoctaciones, estancia media y grados de ocupación en establecimientos hoteleros de la C.A. de Euskadi por origen y zona geográfica*. Retrieved Jun 19, 2023, from https://www.eustat.eus/elementos/ele0011300/entradas-pernoctaciones-estancia-media-y-grados-de-ocupacion-en-establecimientos-hoteleros-de-la-ca-de-euskadi-por-origen-y-zona-geografica/tbl0011321_c.html
- Ferris, (2015). Free camping, going going. *Go Camping Australia Vink Publishing, Woolloongabba, Qld, Australia*. Retrieved August, 13, 2015.
- Fomento San Sebastián, (2022). San Sebastián activa un plan de impulso económico de más de 8,4 millones de euros con especial atención a la juventud, la igualdad y la cohesión territorial. <https://www.fomentosansebastian.eus/es/ultima-hora/san-sebastian-activa-un-plan-de-impulso-economico-de-mas-de-8-4-millones-de-euros-con-especial-atencion-a-la-juventud-la-igualdad-y-la-cohesion-territorial>
- Foucault, (1991). *Discipline and Punish: The Birth of the Prison*. 2 edn. *London: Allen Lane Penguin*,
- Garner, (2013). *Born in a tent: How camping makes us Australian*. New South Books.
- González López & Ruiz Hernández, (2011). Investigación cualitativa versus cuantitativa: ¿dicotomía metodológica o ideológica? *Index De Enfermería*, 20(3), 189-193.
- Goodwin, (2017). The challenge of overtourism. *Responsible Tourism Partnership*, 4, 1-19.
- Gray, (2018). *Elegy Written in A Country Churchyard*. Poetry Foundation,
- Hardy, Gretzel & Kirkpatrick, (2014). Understanding the free/low cost camping recreational vehicle traveller: An exploration of actions and attitudes.
- Hardy, Hanson & Gretzel, (2012). Online representations of RVing neo-tribes in the USA and Australia. *Journal of Tourism and Cultural Change*, 10(3), 219-232.

- Hardy & Robards (2015). The ties that bind: Exploring neo-tribal theory's relevance to tourism. *Tourism Analysis*, 20(4), 443-454.
- Harvey, (2002). The art of rent: globalisation, monopoly and the commodification of culture. *Socialist Register*, 38
- Hiscock, (2016). Australian retirees hit the road. *Nikkei, Asian Review, Tokyo, Japan*. Retrieved November, 11, 2016.
- Pagola, (2019). Cuando San Sebastián era la meca del turismo - BI FM. <https://www.bifmradio.com/firmas/san-sebastian-meca/>
- Izagirre-Olaizola & Morandeira-Arca, (2018). *El concepto de desmarketing aplicado a la gestión de destinos turísticos urbanos*. Unpublished manuscript.
- Europar Batasuna, (2022). *Itinerario de transición para el turismo* 10.2873/705389
- Battle, (2021). *El 75,1% de los españoles tiene en cuenta la sostenibilidad a la hora de viajar*. viajes.nationalgeographic.com.es. Retrieved Jun 19, 2023, from https://viajes.nationalgeographic.com.es/lifestyle/751-espanoles-tiene-cuenta-sostenibilidad-a-hora-viajar_17248
- Novy & Colomb (2017). *Protest and resistance in the tourist city*. Routledge is.
- Patton, (2002). *Qualitative research and evaluation methods*. Thousand Oaks. Cal.: Sage Publications, 4
- Pforr, Dowling & Volgger, (2020). Freedom Campers: A New Neo-Crowd (-Tribe) Breaking Tradition with Planning Boundaries. *Consumer Tribes in Tourism* (pp. 137-160). Springer. 10.1007/978-981-15-7150-3_10
- Purnell, (2019). Public parks: third places or places eliciting moral panic? *Qualitative Inquiry*, 25(6), 531-534.
- Real Decreto Legislativo 339/1990, (1990). <https://www.boe.es/eli/es/rdlg/1990/03/02/339/con>
- San Sebastian Turismoa, (2017). *Plan de Turismo Donostia/San Sebastián 2017-2021. VISIT-BIZI*. Turismo San Sebastián.
- San Sebastian Turismoa, (2022). Memoria 2022. <https://doaj.org/article/06fe67eeec4f4d7a8fd080f226f89d5f>
- Southerton, Shove, Warde & Deem, (1998). Home from home? A research note on recreational caravanning. *Department of Sociology, Lancaster University*, 10

Statistic, (2023). *Contribución del sector turístico al pib mundial 2013-2021*

The West Australian, (2019). *Money rolls in from free stays*. The West Australian. Retrieved Jun 19, 2023, from <https://thewest.com.au/news/south-western-times/money-rolls-in-from-free-stays-ng-b881237171z>

UNWTO, (2023). *Turismo jasangarriaren betebharrak*. Retrieved Jun 19, 2023, from <https://www.unwto.org/es/desarrollo-sostenible>

Weber, (2017). Overtourism. An analysis of contextual factors contributing to negative developments in overcrowded tourism destinations. *BEST EN Think Tank XVII: Innovation and Progress in Sustainable Tourism*, 315