

Índice

PRESENTACIÓN. TURISMO, DESARROLLO Y COHESIÓN: LA EDICIÓN DE UN PROYECTO. (<i>Margarita Latiesa Rodríguez, Inmaculada Puertas Cañaverál y José Luis Paniza Prados</i>)	11
---	----

Primera Parte

DIVERSIDAD, CALIDAD Y RIESGO

RECUALIFICACIÓN EMPRESARIAL Y CONDICIONES LABORALES EN EL SECTOR TURÍSTICO ANDALUZ. (<i>Rocío Ciria Navas</i>)	17
VISIÓN Y PERCEPCIÓN DEL TURISMO: DISTRIBUCIÓN DEL TURISMO EN ANDALUCÍA. (<i>Isis M^a García Rueda y María Vilchez Vivanco</i>)	35
TOURISK: AN INSURANCE CONTRACT AGAINST TOURISM RISKS. (<i>Robert Kast</i>).....	45
WELLNESS TOURISM IN GREECE THE CASE OF EDIPSOS TRADITIONAL SPA TOWN. (<i>Vasileiou Magdalini</i>)	57
LOS TURISTAS MAYORES ESPAÑOLES Y ANDALUCES. (<i>Pedro Ernesto Moreira Gregori</i>).....	73
EL COMPORTAMIENTO TURÍSTICO DE LOS ESPAÑOLES. SEGMENTACIÓN EN FUNCIÓN DE CRITERIOS OBJETIVOS ESPECÍFICOS. (<i>Pablo Rodríguez González y Oscar Molina Molina</i>)	101
EL TURISTA QUE SE ORGANIZA POR SU CUENTA (FAI-DA-TE). (<i>Tulio Romita y Antonella Perri</i>)	121
ROLE OF NETWORKS FOR RESPONSIBLE TOURISM: A CASE OF STUDY IN SOUTHERN ITALY. (<i>Silvia Sivini</i>)	137
FAMILY AS MOBILITY FACTOR IN TOURISM SECTOR. (<i>Smaragda Zagkotsi</i>)	149

Segunda Parte

CULTURA E IMAGEN

LA AGENDA DEL TURISMO EN LA PRENSA ANDALUZA. (<i>Jaime Andréu Abela</i>).....	167
CAPITAL OF STYLE. REMARKS ON URBAN TOURISM IN MILAN. (<i>Guido Borelli</i>)	187
DISPLACEMENTS AND DISLOCATIONS IN THE ADRIATIC MULTI-CITY. THE AMBIVALENT IMAGES OF THE ADRIATIC TOURISM AND THE PERSPECTIVES FOR TRANS-NATIONAL COOPERATION. (<i>Emilio Cocco</i>).....	201
CULTURAS LOCALES E IMAGINARIO TURISTICO. (<i>Antonio Fadda</i>)	215
TORINO: DE “COMPANY TOWN” A “CIUDAD DEL CINE”. NUEVOS RECURSOS TURÍSTICOS EN LA CIUDAD POST-INDUSTRIAL. (<i>Maria Luisa Fagiani</i>)	225
TRACES OF FRENCH CULTURE AND DEVELOPMENT OF CULTURAL TOURISM IN CETINJE, ROYAL CAPITAL OF MONTENEGRO. (<i>Ivona Jovanović y Andriela Vitić</i>).....	233
THE IMAGE OF RURAL TOURISM DESTINATIONS:A GREEK CASE STUDY. (<i>P. Kokkali y A. Koutsouris</i>)	249
EVOLUCIÓN DE LAS PRESENCIAS TURÍSTICAS, PERCEPCIÓN DE ESTRUCTURAS MATERIALES Y DE SIGNIFICADOS CULTURALES DE LOS SITIOS. (<i>Franco Martinelli</i>)....	267

Tercera Parte

ORGANIZACIÓN DEL ESPACIO TURÍSTICO

TOURISM IN CALABRIA: GOVERNANCE PROBLEMS AND DEVELOPMENT MODELS. (<i>Giovanni Tocci y Pierfranco Costa</i>).....	285
URBANIZATION AND TOURISM ON THE ABRUZZO COAST. (<i>Consuelo Diodati</i>)	297
EL TURISMO EN CALABRIA: COHESIÓN SOCIAL Y TERRITORIAL. (<i>Santino Fiorelli</i>)	315
COEXISTENCIA ESPACIAL EN EL CASCO HISTÓRICO DEL CENTRO DE GRANADA CAPITAL: EL PARATURISMO. (<i>Grx Investigaciones</i>)	329
EMILIA-ROMAGNA TOURISM FROM THE MAYORS’ POINT OF VIEW: GLOBAL TRENDS AND LOCAL RESOURCES. (<i>Gabriele Manella</i>)	341
CUESTIONES SOBRE LA GOBERNANZA DEL SISTEMA DEL TURISMO EN CERDENNA. EL CASO DE OROSEL. (<i>Antonietta Mazzette</i>).....	353
LA DEFINICIÓN DEL PROCESO TURÍSTICO-RESIDENCIAL: EL PUNTO DE VISTA DE LA SOCIEDAD RECEPTORA. (<i>Tomas Mazón, Raquel Huete y Alejandro Mantecón</i>)	365
CHANGES IN THE MEANING OF TOURISM AND NEW BUSINESS-TERRITORY RELATIONSHIPS. (<i>Asterio Savelli</i>)	379

Cuarta Parte
SOSTENIBILIDAD Y MEDIO AMBIENTE

IMPACTOS DEL TURISMO EN EL MEDITERRÁNEO. (<i>Albert Blasco</i>).....	393
URBAN SUSTAINABILITY POLICIES AND URBAN TOURISM A PROPOSAL FOR SOCIAL MULTI-CRITERIA EVALUATION. (<i>Gilda Catalano</i>).....	407
PROMOTING ECOTOURISM AMONG YOUNG CONSUMERS: A SOCIAL MARKETING STRATEGY. (<i>Francesca Cini</i>).....	421
CAMPANIA FELIX: TRASHED TOURISM AND LOCAL COMMUNITY. (<i>Elisabetta Della Corte</i>).....	439
INTERVENTIONS FOR THE PROMOTION OF THE TOURIST SUSTAINABILITY IN TERRITORIAL CIRCLES CHARACTERIZED BY THE PRESENCE OF NATURAL VALUES. (<i>Groce Lucia</i>).....	447
LA IMPLANTACIÓN DE LA CARTA EUROPEA DE TURISMO SOSTENIBLE EN SIERRA NEVADA. (<i>Equipo de investigación parque nacional y parque natural de Sierra Nevada</i>).....	459
NATIONAL PARKS AND TOURISTIC ENCOUNTER: WHICH POSSIBILITIES FOR LOCAL COMMUNITIES? (<i>Rita Salvatore</i>).....	467
LO “TÍPICO” COMO RECURSO TURÍSTICO ENTRE SOSTENIBILIDAD SOCIAL Y PARTICIPACIÓN POPULAR. (<i>Luca Savoja</i>).....	481

Quinta Parte
FORMAS ALTERNATIVAS DE TURISMO:
NUEVOS PRODUCTOS

ALTERNATIVE TOURISM DEVELOPMENT IN ALBANIA. (<i>Xhiliola Agaraj</i>).....	495
SPORT TOURISM IN NAPLES. (<i>María Albrizio</i>).....	509
ALTERNATIVE WAYS OF TOURISM. (<i>Marc Boyer</i>).....	521
NUEVOS TURISTAS CULTURALES EN VALENCIA, ¿BÚSQUEDA DE EXPERIENCIAS? (<i>Javier de Esteban Curiel</i>).....	525
THE TOURISTIC ‘RECEPTION’ OF THE MUSEUM: FROM AUTHENTICITY TO INTERPRETATION. (<i>Monica Gilli</i>).....	545
EMERGING FORMS OF INDIVIDUALIZED TOURISM IN THE LATE MODERNITY: TOURISM TOOL OF COHESION IN THE MEDITERRANEAN REGION. (<i>Laura Giobbi</i>).....	555

ART MOBILE: A MOBILE GUIDE. (<i>Michelle Pieri, Mirella Ferrari, Davide Diamantini</i>).....	567
EL CICLOTURISMO COMO TURISMO ESPECÍFICO EN EL MARCO DEL TURISMO POST-FORDISTA. EL CASO DE LA VUELTA CICLOTURISTA A MASPALOMAS (GRAN CANARIA). (<i>Manuel Ángel Santana Turégano</i>).....	579