

Artículo de investigación

Digital Free Tourism (DFT) o desconectar para volver a conectar: una oportunidad económica y turística

Juan Francisco Arenas-Escaso¹ , José A. Folgado-Fernández²  y Pedro R. Palos-Sánchez³ 

¹ Licenciado en Derecho, estudiante de doctorado, Facultad de Empresa, Finanzas y Turismo. Universidad de Extremadura, España. Correo electrónico: jarenase@alumnos.unex.es

² Doctor en Economía, profesor, Departamento de Economía Financiera y Contabilidad. Facultad de Empresa, Finanzas y Turismo. Universidad de Extremadura, España (autor de correspondencia). Correo electrónico: jafolgado@unex.es

³ Doctor en Economía, profesor, Departamento de Economía Financiera y Dirección de Operaciones, Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales de Sevilla, Universidad de Sevilla, España. Correo electrónico: ppalos@us.es

INFORMACIÓN DEL ARTÍCULO

Recibido el 20 de abril del 2022

Aceptado el 13 de junio del 2022

Online el 27 de junio del 2022

Códigos JEL:

A19, F60, O32, Z31

Palabras clave:

Negocios, economía digital, tendencias turísticas, Digital Free Tourism, detox.

RESUMEN

Introducción/objetivo: La industria del sector turístico está diseñando productos y servicios para aquellos usuarios que, conscientemente, deseen reducir o renunciar a la tecnología durante sus viajes y puedan convertirlo en realidad. Esto ha provocado la aparición de una nueva tendencia denominada Digital Free Tourism (DFT) o turismo de desconexión digital, concebido como una mejora de las propias relaciones, la vida social y el bienestar del turista. El principal objetivo de esta investigación es dar a conocer una vía investigadora para el mundo académico y proporcionar un análisis centrado en la oferta DFT en el mercado español por ser uno de los países con más turistas internacionales a nivel mundial.

Metodología: Se emplea una metodología de búsquedas de contenidos en bases de datos bibliográficas.

Resultados: Los resultados y hallazgos encontrados son limitados y apenas existen conexiones en destinos que reúnen elementos DFT, lo que puede suponer un nicho de mercado emergente y la oportunidad económica de generar una red de servicios turísticos DFT.

Conclusiones: Las implicaciones de este trabajo pueden resultar útiles para los gestores y administradores del sector turístico para la generación de sinergias y alianzas estratégicas y ser un prólogo para nuevos estudios y líneas de investigación.

Digital Free Tourism (DFT) or disconnecting and reconnecting: An economic and tourism opportunity

ABSTRACT

Introduction/Objective: The tourism industry is designing products and services for those users who consciously wish to reduce or renounce technology during their trips and can make it a reality. This has led to the emergence of a new trend called Digital

Keywords:

Business, digital economy, tourism trends, Digital Free Tourism, detox.

Free Tourism (DFT) or digital disconnection tourism, conceived as an improvement of the tourist's own relationships, social life and wellbeing. The main objective of this research is to present a research path for the academic world and to provide an analysis focused on the DFT offer in the Spanish market, as it is one of the countries with most international tourists worldwide.

Methodology: To this end, a methodology of content searches in bibliographic databases is used.

Results: The results and findings are limited and there are no connections in destinations that bring together DFT elements, which may represent an emerging market niche and the economic opportunity to generate a network of DFT tourism services.

Conclusions: The implications of this work can be useful for managers and administrators in the tourism sector for the generation of synergies and strategic alliances and be a prologue for new studies and lines of research.

Introducción

El mundo de la digitalización desempeña un papel fundamental en las actitudes y motivaciones de los consumidores, especialmente en la industria del turismo (Hassan et al., 2022).

Sin embargo, su excesivo uso y abuso están provocando que la sociedad empiece a sentir la necesidad de desintoxicación digital por sobrecarga y busque espacios donde esa hiperconectividad sea limitada o prácticamente nula (Hassan et al., 2022; Li et al., 2020).

El sector del turismo y de los viajes no ha sido ajeno a esta preocupación, que se ha convertido en una tendencia y que, según las instituciones, los diferentes autores o los países, recibe diversas denominaciones como "turismo libre de tecnología", "turismo desenchufado", "turismo desconectado", "vacaciones sin tecnología", "turismo detox digital", "vacaciones sin tecnología", "vacaciones de desintoxicación digital" y similares. En esta investigación se ha optado por la terminología Digital Free Tourism (DFT) por ser la más utilizada en la literatura científica. El DFT engloba todos estos términos con un denominador común: acceso mínimo y ausencia de tecnología de comunicación e información durante las vacaciones (Egger et al., 2020). Con el objetivo de que el uso limitado de las nuevas tecnologías permita disfrutar de un viaje auténtico y sin tecnoestrés (Liu & Hu, 2021). A continuación, se presenta la tabla 1, que contiene los distintos conceptos asociados a la desconexión digital en la literatura científica.

Para algunos autores, los factores desencadenantes de la necesidad de que los turistas quieran desconectarse mientras viajan y recurran a DFT son la sobrecarga temporal y la conectividad 24/7, las experiencias de intrusión espacial y la pérdida de contacto con la vida real y las descripciones de daños en el cuerpo y en la mente (Gaafar, 2021).

Aunque la motivación y la demanda sobre destinos de desintoxicación digital está siendo estudiada sistemáticamente (Ozdemir, 2021), el número de citas relacionadas con DFT sigue siendo muy limitado (Kunstman & Miyake, 2016). No obstante, ha aumentado en la última década (sobre todo a partir del 2016) el interés por las vacaciones de des-

intoxicación digital, tanto en los medios analógicos como en los digitales (revistas, periódicos, libros, medios sociales, páginas web, etc.).

De esta forma, en el ámbito de la investigación, y desde el punto de vista económico, la industria del turismo tiene la oportunidad y el reto de dar cobertura a un emergente nicho de mercado sobre el desarrollo turístico DFT que puede focalizarse en áreas específicas, como, por ejemplo, zonas remotas, alta montaña, balnearios termales o zonas silvestres. También para destinos aún no descubiertos por el turismo masivo o en fase de consolidación y maduración con el objetivo de ser motores de impulso para entidades del sector turístico (empresas, organizaciones, países y consumidores finales).

Según informe de la Organización Mundial del Turismo (UNWTO) publicado en mayo del 2021, que recoge los datos del 2019, antes de la pandemia de COVID-19, España ocupaba el segundo lugar por número de viajeros internacionales. Es decir, el segundo país con más turismo del mundo. Tras la caída sin precedentes del 2020 y el 2021, se espera que el turismo internacional continúe su recuperación gradual durante el 2022.

Esta es una de las razones para enfocar este estudio en el sector turístico español. Sus recursos naturales y su patrimonio histórico tienen un gran potencial para el desarrollo de varios tipos de experiencias que contengan los elementos DFT, sin embargo, las líneas de investigación aún son escasas sobre este incipiente fenómeno. Se han identificado áreas prioritarias de productos turísticos que pueden ser evaluados como elementos potenciales del desarrollo de DFT, por ejemplo, el turismo activo, de bienestar, rural, patrimonial, o el "slow tourism" conceptualizado como un tipo de viaje con tranquilidad, sin estrés para disfrutar del destino (Ernszt & Marton, 2021).

Las cuestiones planteadas en esta investigación son:

- ¿Existen elementos de DFT en los productos y paquetes de servicios ofertados por establecimientos, destinos o servicios y que son demandados por los viajeros?

Tabla 1. Terminologías sobre turismo de desconexión digital

Terminología	Autor/es	Año	Conceptos clave
DFT Digital Free Tourism	Li et al.	2018	Discurso crítico sobre el turismo de desconexión digital
	Li et al.	2020	Fortalezas de carácter de turistas de desconexión digital
	Egger et al.	2020	Motivaciones de turistas de desconexión digital
	Liu & Hu	2021	El tecnoestrés en los viajes de desconexión digital
	Hassan et al.	2022	DFT y bienestar turístico
Digital Free Travel (DFT)	Cai et al.	2020	Desconexión en los viajes
	Floros et al.	2019	Experiencias de desconexión con <i>millennials</i>
Digital Detox Tourism (DDT)	Hoving	2017	Motivaciones para emprender un viaje de desconexión digital
	Gaafar	2021	Las motivaciones de turistas egipcios en viajes de desconexión digital
Digital Free Holidays	Emek	2014	Adicciones y viajes libres de desconexión
	Ozdemir	2021	Análisis bibliométrico sobre desconexión digital
	Winke	2010	Adicciones y vacaciones
Digital Detox Holidays (DDH)	Jiang & Balaji	2021	Desconectar en viajes de vacaciones
	Wilckonson et al.	2019	La ansiedad y la abstinencia como efecto del uso de los teléfonos móviles
	Pawloska-Legwand	2020	Desconectar en la nueva era digital
	Thomas et al.	2016	Los beneficios de la conexión y la desconexión digital
Experiencias sobre desconexión	Paris et al.	2015	Campamentos y desconexión
	Ayeh	2018	Problemática del uso de la tecnología en las vacaciones
	Kirillova & Wang	2016	desconexión de teléfonos móviles en vacaciones
Actitudes sobre viajes de desconexión	Durán-Sánchez et al.	2019	Tendencias y desafíos en la desconexión digital
	Kuntsman & Miyake	2019	El compromiso digital y las redes sociales
	Syvertsen & Enli	2020	Promesa de autenticidad en un viaje detox digital
	Syvertsen & Enli	2022	Desconexión en refugios de montaña sin internet
	Montesdeoca	2022	Desconexión digital en ambientes laborales

Fuente: elaboración propia.

- ¿Requiere de una nueva oferta de servicios por las empresas del sector o sería suficiente con la reconversión de los recursos existentes?
- ¿Genera una oportunidad potencial económica DFT en la oferta de servicios turísticos?

Tras esta introducción, el estudio presenta, en primer lugar, una revisión sistemática de la literatura sobre DFT. A continuación, propone una metodología de búsqueda del fenómeno DFT centrado en el sector turístico español en las bases de datos Scopus, Web of Science y Google Scholar. Finalmente, se analizan los resultados y se plantean las conclusiones de la investigación.

Revisión de la literatura

Estar desconectado mientras se viaja: una nueva experiencia turística

El deseo de escapar y desconectarse de la vida cotidiana no es un fenómeno novedoso en la literatura científica. Para algunos autores (Iso-Ahola, 1982) los principales factores que motivan a los individuos a viajar son: la huida, que representa la necesidad de reducir el estrés psicológico, y la búsqueda, que significa el deseo de obtener nuevas ex-

periencias, coincidiendo con ese deseo de escape de la vida cotidiana que favorezca el carácter del bienestar de los turistas (Peterson & Seligman, 2004).

A nivel mundial, en el 2021 existían más de 4480 millones de usuarios de redes sociales y se prevé que las herramientas digitales aumenten aún más (Ozdemir, 2021). El ecosistema digital de cada país facilita la vida de los usuarios para conectarse a la vida real, pero también se impone en el mundo actual, hasta convertirse en un círculo vicioso por sobrecarga y uso excesivo (Pawloska-Legwand, 2020).

Por este motivo, están emergiendo corrientes negativas hacia el uso excesivo de las nuevas tecnologías (TIC) que pueden considerarse el origen del DFT, ya que concentran las experiencias de ocio y turismo en un deseo de desconexión y desintoxicación que frenen la intrusión digital y que provoquen efectos negativos en la salud, la sociabilidad y el bienestar mental (Syvertsen & Enli, 2020), la hiperconexión causa adicciones, así como fobias sociales, trastornos de conducta y problemas en las relaciones interpersonales (Melton et al., 2019; Ugur & Koc, 2015; Winke, 2010) e incluso conflictos laborales que afectan a derechos fundamentales (Custers, 2022).

El DFT se describe como una nueva tendencia para un creciente número de personas que utilizan las TIC a diario y deciden limitar su acceso a los dispositivos y fuentes digitales durante los viajes (Egger et al., 2020). Esta actitud está

relacionada con la idea de que estar desconectado puede lograrse con un control en los propios hábitos de uso cotidiano de las TIC pero además influir en el estilo de los viajes, traduciéndose en una necesidad de estar desconectado del mundo digital (Liu & Hu, 2021) y del ambiente laboral (Law et al., 2022).

En la figura 1 se presentan las principales motivaciones de DFT.

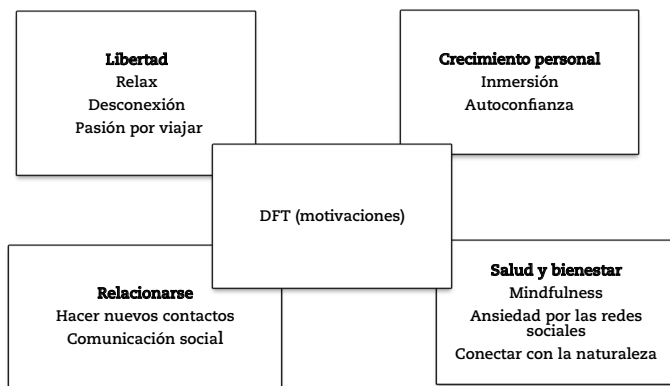


Figura 1. Esquema adaptado del modelo DFT de Egger et al. (2020)

Fuente: elaboración propia.

El DFT se concibe como una mejora en las propias relaciones, la vida social y el bienestar (Cai et al., 2020) que consiga frenar la sobrecarga de información y la constante conectividad fomentando el equilibrio de la vida personal (Winke, 2010) y se relaciona directamente con la renuncia, la reducción y el control del uso de herramientas digitales y medios en línea (Brereton et al., 2007).

También se señala como una estrategia de afrontamiento y mecanismo para la reducción de la participación en los medios digitales, disminuir el tecnoestrés (Liu & Hu, 2021), en el uso excesivo del teléfono inteligente y la conexión constante como adicción (Kirillova & Wang, 2016; Kunstman & Miyake, 2016), el comportamiento compulsivo, la escasa capacidad de atención y la dependencia excesiva de la tecnología (Palos-Sánchez et al., 2022). Por tanto, el DFT se describe como un nuevo fenómeno con características propias, que concede a los viajeros la oportunidad de sumergirse en la actividad y el espacio físico del destino *in situ*, una verdadera evasión de las rutinas diarias y más significativas y un incremento de las interacciones sociales (Lehto & Lehto, 2019). Además, este estilo de viaje puede ser considerado un tipo de terapia (Díaz-Meneses & Estupiñán-Ojeda, 2022; Guyard & Kaun, 2018).

El DFT implica no solo viajar sin acceso a las TIC como una forma de escapar de la vida cotidiana (Ernszt & Marton, 2021), sino también una tendencia de mercado emergente que está creciendo en popularidad (Hassan et al., 2022) y en demanda por parte de los turistas que quieren viajar a destinos organizados y con paquetes de servicios ofertados por las empresas del sector, como propuesta de valor para destinos turísticos de montañas y albergues donde existe una desconexión forzada (Syvertsen, 2022).

El nivel de desconexión durante el viaje constituye un factor fundamental sobre las preferencias personales de la inmersión en un destino junto con las interacciones con los entornos *online* y *offline*, y donde es fundamental el papel del turista en el modo de experiencia (Kirillova & Wang, 2016).

Por ello, el DFT, como campo discutido en esta investigación, plantea retos que la industria del turismo tiene la oportunidad de planificar y desarrollar. DFT que sea posible y DFT que pueda ser deseable (King et al., 2022). De esta forma, el DFT se define como un concepto teórico social multifacético de conectividad tecnológica que tiene en cuenta los siguientes elementos en la literatura científica:

1. La experiencia de turistas a una desconexión forzada.
2. La experiencia de turistas a una desconexión buscada e intencionada.
3. Las motivaciones de turistas a la elección de unas vacaciones DFT (sociológicos, psicológicos, salud, etc.).

Algunos autores consideran que esos factores de conectividad pueden clasificarse en categorías basadas en razones tecnológicas y razones no tecnológicas, como son el *hardware* y el *software*, las necesidades y los contextos, la apertura al uso y la oferta y la provisión de conectividad. Como es de esperar, el estado de desconexión durante el viaje tiene consecuencias tanto positivas y negativas en los viajeros (McKenna et al., 2020) y experimentar y percibir este estado depende de las necesidades y elecciones personales de cada uno (Fan et al., 2019).

El turista DFT: un nuevo cliente para la industria

En el *marketing* turístico, el conocimiento de las necesidades del consumidor tiene una importancia vital ya que permite ajustar la demanda a sus destinatarios y, por tanto, crear una ventaja competitiva en el mercado y una oportunidad de desarrollo para empresas, organizaciones de gestión de destinos y otras instituciones del ecosistema turístico. Los consumidores que desean viajar y se abstienen de las TIC y los dispositivos digitales crean una demanda de mercado que puede ser aprovechada por la industria y la economía.

El DFT, como experiencia turística libre de digitalización, considera tanto las pautas de comportamiento individual como los vinculados a las relaciones sociales, y genera una amplia gama de actividades a nivel individual como colectivo con el fin de ser tratados como sustitutos del uso de las TIC y las herramientas digitales. Algunos ejemplos son los deportes al aire libre, el desarrollo de habilidades, los programas de bienestar o programas de retiro, juegos en grupo, experiencias espirituales o culturales, visitas turísticas y talleres temáticos con ocio activo, deporte, *spa* y bienestar o rutas guiadas de compras y comidas *gourmet*.

Así, muchos segmentos de la industria turística tienen la oportunidad de planificar y desarrollar servicios y programas de DFT, en que el acceso a internet y a la red móvil es limitada y los destinos pueden llegar a convertirse en "paraísos turísticos del futuro" (Ayeh, 2018; Gaafar, 2021; Pearce & Gretzel, 2012).

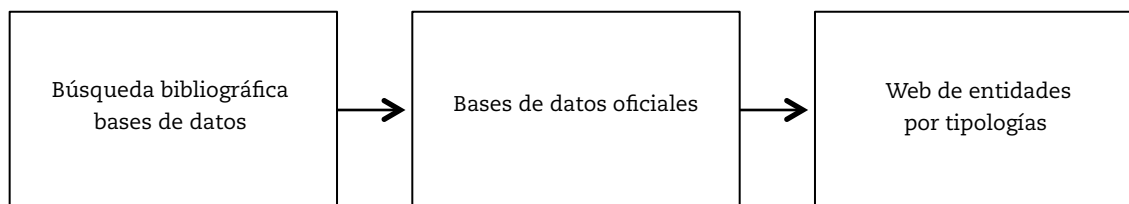


Figura 2. Etapas de la investigación

Fuente: elaboración propia.

Algunas líneas de investigación realizan un análisis exhaustivo de DFT, identificando tres etapas en el camino del turismo sin tecnología digital desde el 2009 hasta el 2017. Una etapa inicial de introducción en la que se produce una transformación de los servicios de alojamiento y tratando el DFT como un producto vacacional superior proporcionado por centros turísticos y hoteles de Estados Unidos y Europa focalizado en combatir el estrés y el exceso de trabajo derivado del uso excesivo de las TIC. Más adelante, las organizaciones de gestión de destinos empezaron a promocionar zonas y regiones como lugares favorables e idóneos para la experiencia en el DFT. Esta fase de crecimiento incide en factores endógenos y exógenos relacionados con la sociabilidad y que se han hecho más evidentes con el confinamiento por el COVID-19 (Stankov & Gretzel, 2021).

Finalmente, en la etapa de desarrollo, desde el 2017 hasta la actualidad, se observó un rápido crecimiento de las empresas e instituciones especializadas en DFT, que ofrecían productos turísticos libres de tecnología digital basados en espacios naturales, remotos y salvajes, y espacios de patrimonio cultural como diversificación de los productos vacacionales DFT donde se combina el aislamiento del mundo digital por necesidades personales con la limitación de acceso a las TIC por las características geográficas del destino (Dickinson et al., 2016; Floros et al., 2019; Pearce & Gretzel, 2012) y que se presentan como propuestas de valor únicas para el *marketing* turístico.

No debe olvidarse la importancia del turismo de salud para el tratamiento de adicciones debido al creciente número de individuos adictos a los dispositivos digitales o a internet (Schmuck, 2020) que requieren tratamiento profesional. Como consecuencia de ello, existe un creciente interés en la desintoxicación digital como mecanismo de tratamientos clínicos para pacientes durante vacaciones (Anrijs et al., 2018; King et al., 2022), incluso como un tipo de adicción con el uso de las redes sociales (Vanden Abeele et al., 2022).

Existe además una tendencia al DFT utilizada por operadores de países europeos por medio de campañas promocionales y experiencias detox y de relax, que permiten una desintoxicación digital y unas vacaciones de bienestar libre de tecnología (European Best Destinations, 2020). En cambio, sigue existiendo en la literatura científica y de investigación una brecha teórica que permita determinar qué elementos pueden ayudar a mejorar la percepción de los turistas en las ventajas y desventajas de un destino DFT. Un ejemplo de progreso en líneas científicas es la del locus de control interno y externo por parte de los viajeros DFT (Hassan et al., 2022).

Metodología

La pandemia derivada de la aparición del COVID-19 ha sido reconocida como un desafío o incluso un cambio de estrategia en el sector turístico. También ha supuesto un catalizador para nuevos planteamientos y discusiones sobre su necesidad de recuperación y la reforma de la industria. En el momento de redactar este documento ya son evidentes los impactos significativos en una industria paralizada, siendo el más afectado el turismo debido a las restricciones en los desplazamientos y la caída de demanda de viajeros.

En este contexto, las grandes líneas de desarrollo del DFT describen una falta de análisis científico detallado que se centre en la oferta de nuevos servicios demandados por los viajeros. DFT en los destinos turísticos por excelencia.

El método utilizado para la realización del presente trabajo coincide con la recopilación de una parte de la literatura nacional e internacional eligiendo como técnica el análisis de contenido, sobre los temas de DFT, desconexión digital y turismo de desconexión, focalizado en uno de los países con mayores cifras de visitantes (España) y para ello se han utilizado las bases de datos de publicaciones en Scopus y Web of Science combinado con búsquedas en Google Académico porque tienen más impacto y pueden adaptarse al caso del país en cuestión. Algunos artículos se han extraído directamente en los sumarios de revistas. Evaluada la dificultad de sistematizar correctamente el tema objeto del presente trabajo, se han tenido en consideración también publicaciones alternativas a los artículos científicos, como libros de carácter turístico, socioantropológico y económico.

Dentro de este proceso de investigación sobre DFT se han seleccionado instituciones y empresas que centran su catálogo de servicios y establecimientos como elementos atractivos para el DFT, como, por ejemplo, no ofrecer wifi a visitantes, plantear alternativas al uso de la tecnología, no disponer de cobertura telefónica, premiar la entrega de dispositivos en la entrada al establecimiento o fomentar terapias de relajación.

Se han tenido en cuenta las tres etapas del desarrollo del turismo sin tecnología digital: introducción, crecimiento y desarrollo ya propuesto en la literatura científica y que marca el estudio primigenio desde la perspectiva de un mercado emergente DFT (figura 2).

La metodología utilizada ha seguido los siguientes pasos:

Tabla 2. Revisión de la literatura sobre DFT

Búsquedas	Resultados	Observaciones	Fuente
Digital detox Spain	1460		Google Académico
Digital detox & Spain	0		Scopus
	0	Resultados	Web of Science
DFT & Spain	0		Scopus
	0		Web of Science
“Digital detox” & Spain	9	Resultados	
“Digital free tourism” & Spain	2	Artículos de revisión	
	44	Resultados	
Desconexión digital viajes en España	1020	Resultados	
	4	Artículos de revisión	
Digital free tourism	5980	Resultados	Google Académico
	151	Cualquier tipo	
	5	Artículos de revisión	
Digital detox	13700	Resultados	
	2930	Cualquier tipo	
	59	Artículos de revisión	

Fuente: elaboración propia.

Etapa 1. Búsqueda información en bases datos

Etapa de búsqueda científica del fenómeno DFT con un análisis de contenidos en bases de datos científicas (Wos y Scopus) y Google Scholar, con la utilización de palabras en inglés y en español, es decir, “digital detox”, “digital free tourism”, “desconexión digital combinada con Spain”, reflejando en la tabla 2 los resultados. A continuación, se incluye una visión general de la literatura científica, junto con una búsqueda de resultados dirigida en Google Scholar, “digital free tourism (DFT)” y “digital detox” y “Spain/España”.

Los resultados de las prestigiosas bases de datos Web of Science y Scopus y las búsquedas de Google Académico se expresan en la tabla 2:

- WOS. Para la búsqueda en este recurso se utilizó la cadena booleana siguiente: “digital free tourism (DFT)” y “digital detox” y “Spain/España”, con resultados no positivos.
- Scopus. Para la búsqueda de contenidos se utilizó la cadena booleana siguiente “digital free tourism (DFT)” y “digital detox” y “Spain/España”, con resultados no positivos.

En Google Académico se encontraron 1460 resultados, 68 artículos académicos en revisión en todos los idiomas y cuatro para fuentes en español. Algunos resultados de búsqueda web se repitieron (utilizando palabras clave en inglés y español), como paso inicial en la investigación cualitativa.

Se analizaron los 68 resultados “digital detox Spain” como artículos en revisión. Estos resultados de Google Académico muestran citas orientativas sin profundizar en el fenómeno DFT o estudio genérico de motivaciones y, por tanto, sin una relevancia destacable en el tema central del estudio.

Etapa 2. Bases de datos oficiales

La segunda etapa incluyó una consulta de las bases de datos oficiales para identificar las entidades que operan en España directamente relacionadas con DFT. Sobre esta base se seleccionaron las empresas y otras instituciones que después fueron elegidas para una investigación más detallada en la tercera etapa. Estas bases de datos se mantienen actualizadas y los ejemplos utilizados en este documento se recuperaron en el 2020. Por un lado, la base de datos del Instituto Nacional de Estadística de España (INE, 2021).

A su vez, se consultaron las bases de datos asociadas de agencias de turismo de Europa con más de 300 oficinas, incluyendo 80 destinos de turismo sostenible, donde se encontraron dos destinos para digital detox en España, concretamente, el Delta del Ebro en Cataluña y Goierri en el País Vasco (European Best Destinations, 2020).

Etapa 3. Páginas web de establecimientos por tipología

La tercera etapa consistió en investigar las páginas web relacionadas con el DFT, el turismo, la desconexión digital y

España, con el fin de recoger datos sobre productos y paquetes relacionados con la materia de investigación. Las preguntas de investigación sobre los establecimientos fueron las siguientes para establecer una tabla informativa (tabla 3):

- ¿Qué tipo de alojamiento ofrece un servicio DFT?
- ¿Qué proveedor oferta el servicio o paquete DFT?
- ¿Qué elementos, características o especificaciones tiene el servicio o producto ofertado DFT?

Resultados sobre DFT en España

La literatura científica presenta necesidades de los consumidores centradas en el control o reducción del uso de la tecnología durante sus viajes, lo que genera una demanda particular en el mercado turístico. Estas entidades identificadas en las búsquedas establecidas en la investigación son:

- Hoteles con *spa* y balnearios.
- Alojamientos hoteleros rurales.
- Zonas de excelencia turística sostenible.
- Los operadores turísticos.
- Los monasterios y conventos.
- Los centros de tratamiento de adicciones.

Además, estos resultados ofrecieron otros ejemplos menos numerosos con un acceso limitado de forma deliberada a internet y de telefonía móvil, que tienen carácter estacional. Estos destinos se diversifican en refugios de montaña, albergues, apartamentos de alquiler a corto plazo y casas de vacaciones y *campings*. Sin embargo, estas entidades no prepararon productos y paquetes de servicios relacionados con DFT, sino actividades estacionales y de temporada, únicos o de corta duración, y que, por eso, se omiten de la investigación detallada.

El DFT crea nuevas posibilidades para el desarrollo de empresas y otras instituciones relacionadas con la industria turística. La desintoxicación digital se añade a una oferta y una comunicación de *marketing* como una propuesta de venta única.

Hoteles con *spa* y balnearios

En España existen cadenas hoteleras que ofrecen servicios y paquetes de “desintoxicación digital” con actividades bajo la fórmula de “pack detox” consistentes en sustituir los aparatos tecnológicos de forma voluntaria a los huéspedes por actividades alternativas tales como: juegos de mesa, libros, un kit para plantar un árbol o bien servicios adicionales consistentes en realizar recorridos a pie, degustar zumos depurativos, viajar en kayak en el mar, volar en parapente, practicar el buceo, navegar para observar ballenas, hacerse masajes y tratamientos estéticos, tomar clases de esquí, hacer excursiones en bicicleta o moto de nieve, e incluso dar clases de yoga o de pilates y que se ubican en Marbella (Hotel Vincci Estrella del Mar Wellness Beach Club), Cádiz (Hotel Hideaway Sancti Petri) y Tenerife, entre otros.

El contenido de los sitios web se centra en la reducción del acceso a los dispositivos digitales y la abstinencia de co-

nexión a internet para relajarse en un entorno de lujo (establecimientos con cinco y cuatro estrellas). La ubicación de estos hoteles balneario tiene una característica común: acceso a zona de playa. Y todo con un objetivo: escapar de la tecnología para despejar el cuerpo, la mente y las relaciones sociales.

Alojamientos hoteleros rurales

La investigación permitió estimar que el turismo rural está muy relacionado con el DFT. Para el INE, el número de alojamientos rurales a octubre del 2021 es de 16702 establecimientos, encabezada por Castilla León, Andalucía y Cataluña. En Extremadura la cifra de alojamientos rurales es de 705 establecimientos, ocupando la octava posición en el *ranking* nacional de comunidades autónomas (INE, 2021).

Los hallazgos se centran en la posibilidad de relajarse en un entorno natural alejado del clamor urbano con el espíritu de estar desconectado, fundamentos del concepto DFT. Para el INE, a octubre del 2021 existen en España 684 *campings* con actividades detox asociadas. Extremadura cuenta con 11 establecimientos. Estas ubicaciones están geográficamente situadas en zonas remotas lejos del turismo de masas, en regiones montañosas donde el acceso a internet y la red de telefonía móvil es muy limitada. La estrategia de *marketing* hace referencia a la oportunidad que se les ofrece a los huéspedes de conocer tradiciones locales, participar en talleres temáticos, degustar comida casera y ecológica o disfrutar de rutas de naturaleza.

Esta investigación, centrada en ofertas exclusivas en DFT, ha obtenido los siguientes hallazgos en este tipo de establecimientos que se mencionan en la tabla 3.

Operadores turísticos

La investigación ha proporcionado datos para enumerar operadores de turismo que ofrecen paquetes que permitan reducir el acceso a las TIC y a los dispositivos digitales y los viajes o estancias también forman grupos principales, tales como Trivago, Rumbo, LetsBonus o Booking como intermediarios turísticos de destinos y alojamientos.

Monasterios y conventos

Las estancias ofrecidas por los monasterios y conventos españoles se dirigen a personas que buscan experiencias espirituales, silencio y separación de su vida cotidiana. Trivago, Rumbo, LetsBonus o Booking ya ofertan estos retiros y Guadalupe, Poblet o Silos son algunos de los más demandados, pero también ganan adeptos los más pequeños, Valvanera (La Rioja), Santa María de la Huerta (Soria) o San Isidro de Dueñas (Palencia). Ofrecen experiencias diferentes de turismo masivo de sol y playa, y similares a nuevas corrientes como “slow travel”, buena comida y detox, es decir, en busca de la desintoxicación digital. En cualquier caso, representa la punta del iceberg del turismo religioso, una modalidad en auge en los últimos años, que mueve a 300 millones de viajeros en todo el mundo y genera un impacto económico de 13000 millones de euros, según estimaciones de la Organización Mundial del Turismo (OMT).

Tabla 3. Relación de alojamientos con oferta DFT en sus servicios

Tipo de alojamiento	Proveedor	Servicio y condiciones	Fuente
Hotel de lujo cinco estrellas	Vincci Estrella Mar (Marbella)	Sustitución de dispositivos electrónicos por sesiones de <i>spa</i> y dieta detox	https://www.xatakamovil.com/movil-y-sociedad/hoteles-detox-cuando-gente-paga-no-poder-usar-movil-sus-vacaciones
Hotel	Luna y Sol Ayurveda Hotel (Málaga)	Práctica del yoga y dieta detox con terapias de desintoxicación	Búsqueda (spadreams.es)
Hotel	Oceano Hotel Health Spa (Tenerife)	Hotel <i>spa</i> con yoga y terapias	Búsqueda (spadreams.es)
Hotel de lujo cinco estrellas	Hidaway Sancti Petri (Cádiz)	Cobertura relax y playa con servicio de <i>spa</i>	https://www.xatakamovil.com/movil-y-sociedad/hoteles-detox-cuando-gente-paga-no-poder-usar-movil-sus-vacaciones
Alojamientos rurales	Parque Delta Ebro (Girona)	Escasa cobertura. Playas naturales. Turismo ornitológico	https://www.europeanbestdestinations.com/destinations/eden/ebro-delta/
Alojamientos rurales	Goigerri (San Sebastián-País Vasco)	No internet. Naturaleza. Cultura. Gastronomía	https://www.europeanbestdestinations.com/destinations/eden/goierri/
Hotel rural	Casa de los Moyas (Teruel)	No hay internet ni TV. Escasa cobertura móvil. Espacio de paz	https://forbes.es/lifestyle/41469/detox-digital-10-lugares-donde-no-poder-conectarse/
Hotel rural	La Fabriquina Valdelagua (Asturias)	No hay internet ni TV. Escasa cobertura móvil. Espacio de paz	https://forbes.es/lifestyle/41469/detox-digital-10-lugares-donde-no-poder-conectarse/
Apartamento en montaña	Mil Madreñas Rojas (León)	No hay internet ni TV. Escasa cobertura móvil. Gastronomía y rutas	https://travelguia.net/detox-digital-escapadas-para-desconectar-estas-vacaciones.html
Hotel rural	Mas el Terrat (Girona)	No wifi. No TV. Escasa cobertura. Rutas al aire libre	https://www.tubienestardigital.com/retiro/
Hotel rural	Las Gándaras (Burgos)	No wifi. No TV. Escasa cobertura. Rutas en bicicleta y senderismo	https://forbes.es/lifestyle/41469/detox-digital-10-lugares-donde-no-poder-conectarse/
Hotel rural	La Panadera (Cantabria)	No wifi. Sin cobertura móvil. Rutas y senderismo	https://www.vogue.es/living/articulos/sitios-sin-cobertura-detox-digital-descanso-sin-wifi/25382
Hotel rural	Senda de los Caracoles (Segovia)	No wifi. Cobertura limitada. Tratamientos termales y <i>spa</i>	https://www.murcia.com/viajar/noticias/2019/10/16-desintoxicacion-digital-cuatro-opciones-para-desconectar-y-desconectarse.asp
Casa rural	O Crego (Lugo)	No wifi. Sin cobertura móvil. Rutas y senderismo	https://www.spadreams.es/ayuno/digital-detox/
Hotel	Hesperia (Madrid)	Experiencia digital detox. Entrega de dispositivos entrada hotel. Yoga y paseos urbanos	Los mejores hoteles para hacer un 'digital detox' (elle.com)

Fuente: elaboración propia.

Centros de tratamiento de adicciones

El último ámbito que comparte sus rasgos con el DFT son los centros de tratamiento de adicciones, donde se ofrece una compleja terapia para controlar los dispositivos digitales, los juegos de ordenador e internet. Los pacientes están obligados a seguir estas normas durante su tratamiento, así como a renunciar a utilizar las TIC y los dispositivos digitales.

En un futuro próximo es improbable que los dispositivos digitales y la tecnología pierdan su importancia con respecto al turismo. Con todo ello, la creciente amenaza que gene-

ra la adicción y las consecuencias negativas que afectan la vida cotidiana, la salud, las relaciones y la mente, e incluso las relaciones laborales, auguran un crecimiento del ocio y el disfrute sin acceso a internet y al abuso de dispositivos electrónicos.

El potencial de la emergente necesidad de desconectarse del mundo digital tiene una íntima relación con el turismo de salud, y puede ser aprovechado por otras entidades, como centros de tratamiento de adicciones o clínicas especializadas, y convertir a España en un destino de prestigio y nivel en DFT, una alternativa diferenciada al turismo asociado al "sol y playa".

Conclusiones

Aportaciones teóricas y prácticas

La contribución teórica trata de encontrar respuestas a las recientes investigaciones sobre las motivaciones psicológicas que estimulan a los turistas a desconectarse de la tecnología durante sus vacaciones. El aprovechamiento de las actividades requiere, a veces, que los viajeros obedezcan las normas y acepten el programa del viaje o la estancia. La reducción del uso de las TIC y los dispositivos digitales depende de las soluciones creadas o utilizadas por los establecimientos o el tratamiento de la adicción.

De esta forma, un nivel bajo de desconexión se refiere a una reducción voluntaria y ajustada a las necesidades de consumo de los individuos durante las vacaciones en lugares fuera del alcance de Internet y de la telefonía móvil, situados con frecuencia más allá de los destinos y centros turísticos conocidos. Por el contrario, un alto nivel de desconexión incluye una renuncia total del uso de las TIC y los dispositivos digitales como resultado de las normas internas de las instalaciones o alojamientos de desintoxicación digital, que también pueden ser condiciones reales para utilizar sus servicios.

Conocer las tendencias del mercado y ser consciente de las necesidades cambiantes de los consumidores es fundamental para la creación y el desarrollo de productos y paquetes relacionados con el DFT. Este conocimiento y conciencia pueden facilitar la adaptación flexible a las condiciones del mercado y pueden ayudar a diseñar estrategias de *marketing* que respondan a las necesidades de los clientes, sobre la base de los recursos disponibles, así como de las necesidades de los clientes, en relación con el conjunto de servicios disponibles dentro del nuevo contexto.

El DFT tiene ventajas en términos de aumentar el bienestar y la satisfacción del turista durante las vacaciones por lo que sería recomendable que las empresas del sector turístico enumeren los beneficios de la desintoxicación digital, destacando las reseñas de los turistas sobre la experiencia de las vacaciones de desintoxicación digital en sus sitios web y las oportunidades de autocrecimiento que ofrece evitar el uso de la tecnología digital durante un viaje.

De acuerdo con los resultados de la investigación podría decirse que el desarrollo del turismo desconectado no siempre requiere grandes gastos en infraestructuras o inversiones. Estas soluciones y servicios han estado disponibles y son bien conocidos en el mercado turístico hace décadas, pero la tendencia del DFT y el deseo de desconectar mientras se viaja ganan aquí un nuevo contexto de planificación y desarrollo turístico, influenciado por las consecuencias de la pandemia del COVID-19.

Consecuencias derivadas de la pandemia del COVID-19

La crisis derivada de la pandemia del COVID-19 puede haber despertado la “conciencia del viaje” y del viajero, en la que cobren fuerza las experiencias que incrementen el desarrollo personal, el descubrimiento, el aprendizaje, la inspiración, y que mitiguen el impacto y aceleren la resiliencia.

El sector turístico plantea nuevas oportunidades en su configuración y regeneración con un lema común: el turismo inteligente y el turismo de consenso. En conclusión, el DFT puede considerarse hoy en día como uno de los fenómenos emergentes, junto con el turismo inteligente y el turismo sostenible, estilos de viaje y ocio o incluso de terapia. En este caso, el nuevo elemento característico es la necesidad de reducir el uso de las TIC y de los dispositivos digitales, bien sea de forma intencionada (deseada, por tanto), ya sea mediante una limitación real (buscada y posible).

La necesidad de desconectarse mientras se viaja y la desintoxicación digital están más presentes ahora que antes en la literatura científica y los informes sobre el desarrollo del turismo. Es más que probable que los comportamientos y las pautas de conducta cambien el estilo de vida del turista y se modifiquen los patrones de viaje.

El obligado parón del sector hace necesaria y urgente una visión innovadora que articule sinergias públicas y privadas para avanzar en una única dirección: DFT posible y DFT deseable.

Limitaciones y futuras investigaciones

El estudio trata de responder preguntas sobre brechas que hay en la literatura turística, indagando en el escenario turístico de una potencia mundial en el sector turístico, como es el caso español, sobre la oportunidad del DFT en la planificación de las vacaciones, en sus destinos, sus organizaciones, sus redes conectadas de alojamientos o sus catálogos de servicios.

Supone una limitación para este estudio que el escenario DFT elegido haya obtenido un hallazgo de un número limitado de trabajos y líneas de investigación. En España ha logrado escasos resultados en contraposición a lo que sucede en otros países, como en Egipto (Gaafar, 2021), Hungría (Ernszt & Marton, 2021), Holanda o China, donde se han focalizado líneas de investigación sobre motivaciones y actitudes de turistas para iniciar viajes DFT.

Este documento ofrece información relevante relacionada con el fenómeno DFT, en el que se está produciendo un cambio radical y una transformación del sistema turístico orientado hacia una mayor sostenibilidad. Ello permite la apertura de nuevas vías futuras para investigaciones y constituyen un prólogo para próximos estudios que proporcionen enfoques de planificación y desarrollo de estrategias en sus ámbitos de actuación a todos los actores interesados (empresas, destinos, administraciones), a la hora de aplicar tendencias de turismo DFT y viajes de desintoxicación digital.

Financiación

Este artículo no cuenta con ningún tipo de financiación.

Conflicto de intereses

Los autores declaran que en este artículo de investigación no existe ningún potencial conflicto de intereses.

Referencias

- Anrijs, S., Bombeke, K., Durnez, W., Van Damme, K., Vanhaelewyn, B., Conradie, P., Smets, E., Cornelis, J., De Raedt, W., Ponnet, K., & De Marez, L. (2018). MobileDNA: Relating physiological stress measurements to smartphone usage to assess the effect of a digital detox. En *Communications in Computer and Information Science* (vol. 851). Springer International Publishing. https://doi.org/10.1007/978-3-319-92279-9_48
- Ayeh, J. K. (2018). Distracted gaze: Problematic use of mobile technologies in vacation contexts. *Tourism Management Perspectives*, 26(January), 31-38. <https://doi.org/10.1016/j.tmp.2018.01.002>
- Brereton, P., Kitchenham, B. A., Budgen, D., Turner, M., & Khalil, M. (2007). Lessons from applying the systematic literature review process within the software engineering domain. *Journal of Systems and Software*, 80(4), 571-583. <https://doi.org/10.1016/j.jss.2006.07.009>
- Cai, W., McKenna, B., & Waizenegger, L. (2020). Turning it off: Emotions in digital-free travel. *Journal of Travel Research*, 59(5), 909-927. <https://doi.org/10.1177/0047287519868314>
- Custers, B. (2022). New digital rights: Imagining additional fundamental rights for the digital era. *Computer Law & Security Review*, 44, 105636. <https://doi.org/10.1016/j.clsr.2021.105636>
- Díaz-Meneses, G., & Estupiñán-Ojeda, M. (2022). The outbreak of digital detox motives and their public health implications for holiday destinations. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 19(3), 1548. <https://doi.org/10.3390/ijerph19031548>
- Dickinson, J. E., Hibbert, J. F., & Filimonau, V. (2016). Mobile technology and the tourist experience: (Dis)connection at the campsite. *Tourism Management*, 57, 193-201. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2016.06.005>
- Duran-Sanchez, A., Álvarez García, J., Del Río-Rama, M. d. l. C., & Ratten, V. (2019). Trends and changes in the *International Journal of Entrepreneurial Behaviour & Research: A bibliometric review. International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, 25(7), 1494-1514. <https://doi.org/10.1108/IJEBR-04-2019-0249>
- Egger, I., Lei, S., & Wassler, P. (2020). Digital free tourism-An exploratory study of tourist motivations. *Tourism Management*, 104098. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2020.104098>
- European Best Destination. (2020). Web corporativa. <https://www.europeanbestdestinations.com/european-best-destinations-2020/>
- Ernszt, I., & Marton, Z. (2021). An emerging trend of slow tourism: Perceptions of Hungarian citizens. *Interdisciplinary Description of Complex Systems*, 19(2), 295-307. <https://doi.org/10.7906/indec.19.2.8>
- Fan, D. X. F., Buhalis, D., & Lin, B. (2019). A tourist typology of online and face-to-face social contact: Destination immersion and tourism encapsulation/decapsulation. *Annals of Tourism Research*, 78. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2019.102757>
- Floros, C., Cai, W., McKenna, B., & Ajeeb, D. (2019). Imagine being off-the-grid: Millennials' perceptions of digital-free travel. *Journal of Sustainable Tourism*, 751-766. <https://doi.org/10.1080/09669582.2019.1675676>
- Gaafar Ali Sayed Mohamed, H. (2021). Digital Detox Tourism at The Egyptian Destination: Attitudes and Motivators. *Journal of Association of Arab Universities for Tourism and Hospitality*, 20(2), 88-107. <https://doi.org/10.21608/JAAUTH.2021.62562.1130>
- Guyard, C., & Kaun, A. (2018). Workfulness: Governing the disobedient brain. *Journal of Cultural Economy*, 11(6), 535-548. <https://doi.org/10.1080/17530350.2018.1481877>
- Hassan, T. H., Salem, A. E., & Saleh, M. I. (2022). Digital-Free tourism holiday as a new approach for tourism well-being: Tourists' attributional approach. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 19(10), 5974. <https://doi.org/10.3390/ijerph19105974>
- Hoving, K. (2017). Digital Detox Tourism: Why disconnect? What are the motives of Dutch tourists to undertake a digital detox holiday? <https://www.diva-portal.org/smash/get/diva2:1119076/FULLTEXT01.pdf>
- Iso-Ahola, S.E. (1982). Toward a social psychological theory of tourism motivation: A rejoinder. *Annals of Tourism Research*, 9(2), 256-262. [https://doi.org/10.1016/0160-7383\(82\)90049-4](https://doi.org/10.1016/0160-7383(82)90049-4)
- Instituto Nacional de Estadística (INE). Instituto Nacional de Estadística. <https://www.ine.es/>
- Jiang, Y., & Balaji, M. S. (2021). Getting unwired: What drives travellers to take a digital detox holiday? *Tourism Recreation Research*, 1-17. <https://doi.org/10.1080/02508281.2021.1889801>
- King, D. L., Billieux, J., Mueller, K., & Delfabbro, P. H. (2022). Clinical interventions for technology-based problems. En *Mental health in a digital world* (pp. 435-457). Elsevier. <https://doi.org/10.1016/B978-0-12-822201-0.00016-2>
- Kirillova, K., & Wang, D. (2016). Smartphone (dis)connectivity and vacation recovery. *Annals of Tourism Research*, 61, 157-169. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2016.10.005>
- Kuntsman, A., & Miyake, E. (2019). The paradox and continuum of digital disengagement: Denaturalising digital sociality and technological connectivity. *Media, Culture & Society*, 41(6), 901-913. <https://doi.org/10.1177/0163443719853732>
- Law, R., Ye, H., & Chan, I. C. C. (2022). A critical review of smart hospitality and tourism research. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 34(2), 623-641. <https://doi.org/10.1108/IJCHM-08-2021-0986>
- Lehto, X. Y., & Lehto, M. R. (2019). Vacation as a Public Health Resource: Toward a Wellness-Centered Tourism Design Approach. *Journal of Hospitality and Tourism Research*, 43(7), 935-960. <https://doi.org/10.1177/1096348019849684>
- Li, J., Pearce, P. L., & Low, D. (2018). Media representation of digital-free tourism: A critical discourse analysis. *Tourism Management*, 69, 317-329. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2018.06.027>
- Li, J., Pearce, P. L., & Oktadiana, H. (2020). Can digital-free tourism build character strengths? *Annals of Tourism Research*, 85(September), 103037. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2020.103037>
- Liu, Y., & Hu, H. (2021). Digital-free tourism intention: A technostress perspective. *Current Issues in Tourism*, 24(23), 3271-3274. <https://doi.org/10.1080/13683500.2021.1883560>

- McKenna, B., Waizenegger, L., & Cai, W. (2020). The influence of personal and professional commitments on digitally disconnected experiences. *IFIP Advances in Information and Communication Technology*, 590, 305-314. https://doi.org/10.1007/978-3-030-62803-1_24
- Mehmet, E. (2014). Digital detox for the holidays: Are we addicted? Proceedings of European Academic Conference on Business Tourism & Apply Sciences in Europe & America 2014. International Conference on Tourism Transport & Technology ICTTT, 1-3 August 2014. United Kingdom, The Brunel University.
- Melton, J., Verhulsdonck, G., Shah, V., & Dunn, P. (2019). Intentional Non-Use of the Internet in a Digital World: A Textual Analysis of Disconnection Narratives. *IEEE International Professional Communication Conference, July*, 65-66. <https://doi.org/10.1109/ProComm.2019.00016>
- Montesdeoca Suárez, A. (2022). El eterno debate sobre la desconexión digital en las relaciones laborales. *Publicación Política*.eu 77-106. <http://hdl.handle.net/10553/114143>
- Ozdemir, M. A. (2021). Research trends on digital detox holidays: A bibliometric analysis, 2012-2020. *Tourism & Management Studies*, 17(3), 21-35. <https://doi.org/10.18089/tms.2021.170302>
- Palos-Sánchez, P., Folgado-Fernández, J. A. & Rojas-Sánchez, M. (2022). Virtual Reality Technology: Analysis based on text and opinion mining. *Mathematical Biosciences and Engineering (MBE)*, 19(8), 7856-7885. <https://doi.org/10.3934/mbe.2022367>
- Paris, C. M., Berger, E. A., & Rubin, S., Casson, M. (2015). Disconnected and unplugged: Experiences of technology induced anxieties and tensions while traveling. En I. Tussyadiah, & A. Inversini (Eds.), *Information and Communication Technologies in Tourism 2015*. Springer. https://doi.org/10.1007/978-3-319-14343-9_58
- Pawlowska-Legwand. (2020). Disconnect from the digital world to reconnect with the real life: An analysis of the potential for development of unplugged tourism on the example of Poland [Review of *Disconnect from the digital world to reconnect with the real life: An analysis of the potential for development of unplugged tourism on the example of Poland*, por Matoga]. *Tourism planning and development*. <https://doi.org/10.1080/21568316.2020.1842487>
- Pearce, P. L., & Gretzel, U. (2012). Tourism in technology dead zones: Documenting Experiential dimensions. *International Journal of Tourism Sciences*, 12(2), 1-20. <https://doi.org/10.1080/15980634.2012.11434656>
- Peterson, C., & Seligman, M. E. P. (2004). Character strengths and virtues: A handbook and classification. En *Character strengths and virtues: A handbook and classification*. (pp. xiv, 800). Oxford University Press.
- Schmuck, D. (2020). Does digital detox work? Exploring the role of digital detox applications for problematic smartphone use and well-being of young adults using multigroup analysis. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, 23(8), 526-532. <https://doi.org/10.1089/cyber.2019.0578>
- Stankov, U., & Gretzel, U. (2021). Digital well-being in the tourism domain: Mapping new roles and responsibilities. *Information Technology & Tourism*, 23(1), 5-17. <https://doi.org/10.1007/s40558-021-00197-3>
- Syvertsen, T. (2022). Offline tourism: Digital and screen ambivalence in Norwegian mountain huts with no internet access. *Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism*, 1-15. <https://doi.org/10.1080/15022250.2022.2070540>
- Syvertsen, T. & Enli, G. (2020). Digital detox: Media resistance and the promise of authenticity. *Convergence: The International Journal of Research into New Media Technologies*, 26(5-6), 1269-1283. <https://doi.org/10.1177/1354856519847325>
- Thomas, V., Azmitia, M., & Whittaker, S. (2016). Unplugged: Exploring the costs and benefits of constant connection. *Computers in Human Behavior*, 63, 540-548. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2016.05.078>
- Ugur, N. G., & Koc, T. (2015). Time for digital detox: Misuse of mobile technology and phubbing. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 195, 1022-1031. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2015.06.491>
- Vanden Abeele, M. M. P., Halfmann, A., & Lee, E. W. J. (2022). Drug, demon, or donut? Theorizing the relationship between social media use, digital well-being and digital disconnection. *Current Opinion in Psychology*, 45, 101295. <https://doi.org/10.1016/j.copsyc.2021.12.007>
- Wilcockson, T. D. W., Osborne, A. M., & Ellis D. A. (2019). Digital detox: The effect of smartphone abstinence on mood, anxiety, and craving. *Addictive Behaviors*, 99, 106013. <https://doi.org/10.1016/j.addbeh.2019.06.002>
- World Tourism Organization (UNWTO) El turismo puede proteger y promover el patrimonio religioso. UNWTO. <https://www.unwto.org/es/archive/press-release/2014-12-11/el-turismo-puede-proteger-y-promover-el-patrimonio-religioso>