

# **Atracción de residentes en litoral catalán: el caso de los trabajadores creativos y de los trabajadores con baja especialización en el Penedés Marítimo<sup>1</sup>**

Jon Xavier Olano Pozo<sup>2</sup>,  
Universitat Rovira i Virgili (jonxavier.olano@urv.cat)  
Francesc González Reverté,  
Universitat Oberta de Catalunya (fgonzalezre@uoc.cat)  
Salvador Anton Clavé  
Universitat Rovira i Virgili (salvador.anton@urv.cat)

## **1.- Introducción**

El Penedés Marítimo es un conjunto de siete municipios catalanes situados en un tramo la fachada marítima entre las ciudades de Barcelona y Tarragona (el Vendrell, Calafell, Cunit, Cubelles, Vilanova i la Geltrú, Sant Pere de Ribes y Sitges). Son municipios con claro componente urbano metropolitano (están situados en la segunda y tercera coronas metropolitanas de Barcelona), pero, del mismo modo, son municipios con importante componente turístico litoral tradicional estival: sol, playa y mar. Además, en los últimos años, han casi duplicado su población agregada transformándolos en algunos casos en ciudades medias y nodos urbanos secundarios. En esta comunicación nos preguntamos acerca de la pauta de atracción de residentes en los municipios turísticos catalanes teniendo en cuenta su carácter creativo o con baja especialización, con especial referencia a la región del Penedés Marítimo., Para ello se analizan las preferencias de los nuevos residentes en relación a los factores de elección residencial. Finalmente, se reflexiona acerca del papel que juegan los trabajadores creativos en el conjunto del sistema urbano litoral y, en particular en los municipios que tienen naturaleza turística.

## **2.- Fundamentación teórica**

### **2.1.- La transformación de los destinos turísticos.**

La transformación de los destinos turísticos es un hecho ampliamente tratado en la literatura científica durante todo el siglo XX: desde los primeros estudios centrados en el crecimiento alrededor de los balnearios (Gilbert 1939) y las segundas residencias (Wolfe 1952), en relación a su ciclo de vida y evolución (Plog 1974; Miossec 1977; Butler 1980;

---

<sup>1</sup>Este artículo forma parte del proyecto financiado por el Ministerio Economía, Industria y Competitividad (POLITUR project: CSO2017-82156-R) y del proyecto AEI/FEDER,UE por el Departament de Recerca i Universitats de la Generalitat de Catalunya (2017SGR22, GRATET)

<sup>2</sup>Este artículo, también ha sido financiado por el programa de investigación pre doctoral Martí Franquès de la URV

Gormsen 1981) al papel de actores políticos y sociales en su evolución (Gill 2000) o su transformación como lugares a partir de un momento concreto (*momento des lieux*) generando *banlieus* de ocio o *banlieus* residenciales (Équipe MIT 2002) a partir de las agencias colectivas (Clivaz et al. 2014) hasta las actuales aproximaciones basadas en la Geografía Económica Evolucionaria (EEG por sus siglas en inglés) que proporcionan otro marco de referencia fundamentado en dos de sus puntales teóricos: la *path dependence* y la co-evolución. (Boschma & Martin 2010; Brouder y otros, 2017). En este último contexto, diferentes aportaciones empíricas sobre casos de estudio internacionales sugieren la existencia de procesos de transformación “transitiva” (Anton Clavé 2012; Anton Clavé & Wilson 2017) de los destinos turísticos maduros y consolidados (Gill & Williams 2011; Sanz-Ibáñez et al. 2017; Anton Clavé & Wilson 2017; Ma & Hassink 2013; Soares et al. 2016), que apunta a su conversión en espacios urbanos complejos

## **2.2.- Doble dimensión residencial en los destinos turísticos**

En el Penedés Marítimo se han identificado dos de las principales tipologías de migración residencial teorizadas por Williams y Hall (2000): la laboral, evidenciada por el gran crecimiento demográfico dado en la época pre-crisis; y, la asociada con segundas residencias, bien documentada en el área (González Reverté 2003) y en toda las Costa Dorada (Rovira Soto & Anton-Clavé 2014).

El estereotipo de que los residentes y trabajadores de los destinos turísticos son trabajadores poco educados, sin habilidades o competencias profesionales, poco productivos y sin formación (Pizam 1982) ha sido largamente confrontado por diversas aportaciones conceptuales basadas en la idoneidad de segmentar los mercados laborales de espacios turísticos a partir de la cualificación, la temporalidad y los ingresos de los trabajadores que los conforman (Atkinson 1985; Shaw & Williams 1994; King 1995). Tales estudios ponen de manifiesto la existencia de diversos circuitos de trabajadores: un núcleo central dónde se encuentran los trabajadores a tiempo completo y con elevada cualificación (generalmente los directivos y su *staff*); trabajadores con trabajos a tiempo completo con cualificación media (administrativos y similares), trabajadores de temporada y a tiempo parcial poco especializados y trabajadores de la economía sumergida.

En la publicación *The Rise of Creative Class* (Florida 2002) el geógrafo americano Richard Florida definía tres clases de trabajadores: los creativos (*creative class*, formados por super creativos, creativos profesionales y bohemios, los trabajadores de servicios

(*service class*) y los trabajadores industriales (*working class*). La categoría de creativos muestran una clara analogía con los trabajadores del núcleo central propuestos en las clasificaciones anteriormente mencionadas. Asimismo, en este estudio se definen los trabajadores que realizan tareas monótonas, sin cualificación, con horarios poco flexibles y compatibles con la vida social y familiar o que implican condiciones físicas y/o psicológicas de riesgo, antagónicas a los creativos e integrantes de la clase de servicios y de la los trabajadores productores como “trabajadores de servicios de baja especialización y/o formación”.

La atracción residencial de los trabajadores creativos ha sido bastante estudiada en la literatura académica, llegando a diferentes conclusiones: Florida los sitúa en ciudades abiertas y tolerantes, que ofrecen una atmósfera de lugar (*people climate*) con posibilidades de consumo de bienes y servicios culturales, deportivos o de restauración. Algunos de los estudios añaden a estos factores la presencia de la comunidad homosexual como factor relevante (Bereitschaft & Cammack 2015). Otros trabajos ponen el énfasis en las condiciones de tolerancia (Haisch & Klöpffer 2015). Sin embargo, también es cierto que otros expertos afirman que no existen evidencias de que los criterios de selección residencial de los creativos difieran sensiblemente de otros grupos sociales (Frenkel et al. 2013; Lawton et al. 2013).

Estudios anteriores sobre la localización de los trabajadores creativos en el sistema urbano de Cataluña ponen de manifiesto la existencia de la presencia de factores de atracción en una dirección no concordante con el postulado de Florida (Olano et al. 2017; Olano et al. 2018). Por ello se ha considerado relevante evaluar la existencia de diferencias entre las preferencias de localización residencial de los trabajadores creativos y de los no creativos en los municipios catalanes tomando como caso concreto de estudio el caso del Penedés Marítimo.

Los factores habituales de atracción residencial se adoptan como variables para explicar el papel de la atracción de trabajadores creativos de manera que se pretende observar cómo la toma de decisión acerca de la elección residencial de los diferentes tipos de trabajadores está reconfigurando el desarrollo de estos municipios – turísticos y metropolitanos simultáneamente- del sistema urbano catalán.

### **3.- Metodología**

En la tabla 1 se observa la composición de la categoría “Baja especialización” y trabajadores “creativos” así como los códigos ocupacionales incluidos en cada una de ellas. Para su caracterización se ha utilizado una clasificación a dos dígitos INE puesto que ésta ya reúne todo el conjunto de ocupaciones de baja cualificación y especialización que se detallaría en una clasificación a tres dígitos INE. En el caso de los creativos, primeramente se han definido los subgrupos creativos y de aquí, la categoría agregada de trabajadores creativos. La clasificación de estos se basa en la primigenia obra de Florida (Florida 2002) y de sus adaptaciones europea (Clifton 2008; Boschma & Fritsch 2009) y española (González Reverté 2016; Olano 2018) (González Reverté et al. 2016; Olano 2018). Los que no son ni unos ni otros han sido definidos como “otros trabajadores”.

Tabla 1.- Ocupaciones incluidas en la categoría creativos y baja especialización a partir del código INE-CNO11 del Censo 2011

Fuente: Elaboración propia a partir del Censo 2011

Tipo de trabajadores		Código INE-CNO11
<i>Baja especialización</i>		51, 52, 54, 55, 91, 92, 93, 94
<i>Creativos</i>	<i>Super Creativos</i>	102,213,221,241,242,243,244,245,271,272,282,382,421
	<i>Bohemios</i>	292,372,373,383,293,762
	<i>Profesionales</i>	111,112,121,122,,246,247,248,251,259,261,264,265,281,314,331,332,340,561,562,571,572,591,592,593,211,212,214,215,222,223,224,225,231,232

Para recopilar información sobre las preferencias residenciales de los trabajadores se construyó un cuestionario estructurado que ha sido aplicado a una muestra de población residente. El trabajo de campo fue realizado por el *Observatori del Turisme del Parc Científic i Tecnològic de Catalunya* entre los días 15 y 27 de noviembre de 2017, excluyendo domingos, en horarios alternativos de mañana y tarde en las siete localidades del Penedès Marítim. La muestra se calculó en base al conjunto de la población de los siete municipios objeto de estudio con una confianza del 95%, un error del 5% y  $p=q=0.5$ . La selección de los entrevistados se desarrolló de manera aleatoria obteniendo un total de 409 respuestas, once más de las propuestas en la muestra teniendo una pequeña sobrerrepresentación de los municipios de el Vendrell, Calafell, Cunit, Cubelles, Vilanova i la Geltrú y Sitges y una infrarrepresentación de los residentes en Sant Pere de Ribes, de hecho la localidad menos turística y con tanto sólo una pequeña parte de costa en su municipio.

Para conocer la existencia de diferencias significativas en la elección residencial de los encuestados, se ha optado por tratar los datos obtenidos comparando las medias a partir del análisis de la varianza (ANOVA) de las diferentes variables de respuesta incluidas en el cuestionario mediante el paquete estadístico SPSS v.20. El ANOVA muestra la existencia de una diferencia significativa en las medias de cada variable a partir de la comparación de las varianzas de estas mediante la aplicación del estadístico F (de Fisher-Snedecor) habiendo utilizado como factor de segmentación entre grupos el hecho de ser, o no ser, un trabajador creativo.

#### 4.- Resultados

##### 4.1.- Descripción de los resultados de la encuesta

Con el objetivo de caracterizar socioeconómicamente a los trabajadores residentes en el área y ver sus diferencias, se ha procedido a analizar su composición y estructura a partir de las variables de la encuesta (véase la tabla 2). De la encuesta se han filtrado los trabajadores residentes que han cambiado de domicilio y los que no, para evitar la confusión entre los que han vivido en el mismo lugar de manera permanente y los que no. Como muestra la tabla 2 los cambios de residencia se han dado en todos los grupos de trabajadores categorizados. La sobrerrepresentación de los creativos no ha sido buscada y se ha debido a la aplicación del muestreo aleatorio en el trabajo de campo.

Tabla 2.- Representación en la encuesta y en el censo 2011

<b>Grupo</b>	<b>Creativos</b>	<b>Otros trabajadores</b>	<b>Baja cualificación</b>
Encuesta (Todas las respuestas)	36.8	41.5	21.7
Encuesta (Filtrada con cambio residencial)	38.11	40.7	21.1
Censo 2011	20.9	60.0	19.1

Los creativos son (véase tabla 3), en general, algo más jóvenes, tienen menos hijos, se autoconsideran más de izquierdas (el valor 1 representa la extrema izquierda) y menos religiosos (el valor 1 representa no ser nada religioso) mientras que los trabajadores con baja especialización tienen más hijos, son de mayor edad media, ideológicamente están bastante más escorados al centro y son algo más religiosos que los creativos. En cuanto a la localización residencial los creativos viven más en viviendas en propiedad (75%), en viviendas unifamiliares (31%) en el centro (56%) y en barrios marítimos (23%). En sentido contrario, los trabajadores con baja especialización viven más de alquiler (42%), en viviendas plurifamiliares (79%) y en barrios periféricos (62%).

Tabla 3.- Características sociodemográficas básicas

	<b>Creativos</b>	<b>Otros trabajadores</b>	<b>Baja cualificación</b>
<i>N (%)</i>	36.6	41.3	21.4
<i>Edad Media</i>	45.74	46.6	46.98
<i>Hijos</i>	1.23	1.34	1.75
<i>Ideología</i>	3.61	4.00	4.53
<i>Religiosidad</i>	2.81	3.15	3.51
<i>Vivienda Alquiler (%)</i>	24.2	37.3	42.1
<i>Vivienda Propiedad (%)</i>	75.2	62.7	57.9
<i>Vivienda Piso (%)</i>	69.1	74.7	79.6
<i>Vivienda (no piso) (%)</i>	30.9	25.6	20.1
<i>Centro (%)</i>	56.4	53.6	38.5
<i>Periferia (%)</i>	43.6	46.4	62.5
<i>Fachada marítima (%)</i>	23.5	16.0	18.5

#### 4.2.- Caracterización de las valoraciones en la elección residencial.

En la tabla 4 se muestran las variables con una diferencia significativa una vez aplicado la técnica de comparación de las medias (ANOVA) entre los trabajadores creativos y los que no lo son en relación a los factores que han incidido en su elección residencial en el Penedès Marítimo. Como se observa, hay diferencias significativas en, aproximadamente, la mitad de las preguntas del cuestionario entre las diferentes categorías de trabajadores. En términos globales, los trabajadores creativos únicamente valoran más que el resto de los trabajadores el hecho de rodearse por personas similares en cuanto a nivel económico. Por su parte, los trabajadores con baja especialización lo que más valoran son las distancias a los servicios (trabajo, escuelas, servicios sanitarios, autobús), tener vecinos con niveles educativos similares y el acceso a educación no oficial. Son también ellos los que más valoran la vida municipal y se identifican más con la comunidad si bien tienen una percepción superior a los demás de ser vistos como forasteros. El resto de los trabajadores lo que más valoran son elementos de “bienestar” como la infraestructura tecnológica, la satisfacción con restaurantes, las infraestructuras deportivas, la existencia de un mercado de vivienda amplio y el hecho de trabajar en el municipio.

Tabla 4.- Factores de atracción residencial segmentados por grupos de trabajadores

<b>Factor Variable</b>	<b>Creativos</b>		<b>Otros trabajadores</b>		<b>Baja Especialización</b>		<b>ANOVA</b>
	<b>N</b>	<b>Media</b>	<b>N</b>	<b>F</b>	<b>N</b>	<b>Media</b>	<b>F</b>
<i>Vivienda para comprar</i>	116	5.84	125	2.551*	63	6.00	2.551*
<i>Trabajar en el municipio</i>	116	4.13	123	6.502***	63	5.11	6.502***
<i>Distancia al trabajo</i>	115	4.63	123	2.347*	64	5.41	2.347*
<i>Distancia a escuelas</i>	115	4.73	124	4.509**	62	5.92	4.509**
<i>Distancia a Servicios Sanitarios</i>	115	4.73	123	9.132***	63	5.48	9.132***
<i>Cercanía al bus urbano</i>	114	3.88	122	9.297***	63	5.29	9.297***

<i>Existencia de carriles bici</i>	115	3.48	123	3.807**	60	4.47	3.807**
<i>Tener vecinos jóvenes</i>	117	4.44	125	2.788*	64	5.00	2.788*
<i>Tener vecinos con el mismo nivel económico</i>	114	4.04	124	3.973**	64	3.30	3.973**
<i>Tener vecinos con mismo nivel educativo</i>	117	5.83	125	4.718***	65	6.54	4.718***
<i>Acceso a educación no oficial</i>	117	5.46	125	7.059***	65	6.31	7.059***
<i>Infraestructura tecnológica</i>	116	6.15	123	3.324**	64	5.63	3.324**
<i>Satisfacción con restaurantes</i>	117	5.01	125	3.449**	64	5.41	3.449**
<i>Satisfacción con infraestructura deportiva</i>	117	5.17	125	13.543***	64	5.84	13.543***
<i>Vida municipal</i>	114	3.81	120	2.583*	64	4.42	2.583*
<i>Identificación con la comunidad</i>	116	4.82	124	3.194*	64	5.52	3.194*
<i>Visión como forastero</i>	113	2.04	122	3.416*	62	2.73	3.416*
*** Significación al 99,99% (p valor=.01), **Significación al 95% (p valor=.05), *Significación al 90% (p valor=.1)							

## 5.- Discusión y Conclusiones

En primer lugar destacamos que los factores de elección residencial de los trabajadores creativos en el Penedès Marítim no son equivalentes a los tradicionalmente aceptados para estos grupos (Olano et al. 2017; Haisch & Klöpffer 2015), en el sentido que los factores de atracción percibidos no tienen en cuenta los elementos relacionados con la tolerancia de la sociedad en la que residen, no tienen en cuenta los factores que configuran una atmósfera urbana “vibrante y cultural” y no valoran la presencia de condiciones de talento entre sus vecinos. A pesar de que su valoración global de todas las variables que se refieren a estos aspectos obtienen valores medios relativamente elevados, quedan bastante por debajo del resto de grupos de trabajadores residentes analizados.

En segundo lugar, la encuesta nos muestra asimismo que en los municipios analizados - con un importante componente turístico pero también metropolitano- residen y escogen residir en ellos grupos de trabajadores antagónicos como los creativos y los trabajadores de baja especialización; dando sentido a las propuestas teóricas enumeradas (Atkinson 1985; Shaw & Williams 1994; King 1995) que apuntan hacia la existencia de diferentes circuitos de atracción laboral en los destinos turísticos. Las diferencias estadísticamente significativas entre ambos grupos nos muestran como, pese a no tener mucha divergencia entre los principales factores, los trabajadores creativos aparecen como un grupo bastante homogéneo entre sí por lo que se refiere a su autopercepción como grupo con estatus

socioeconómico diferenciado del resto, puesto que además valoran como factor diferenciador el hecho de estar rodeados por vecinos similares a ellos.

Los resultados obtenidos permiten cuestionar que a partir del caso de los trabajadores creativos en el Penedès Marítim, su capacidad de integración social en el tejido local en comparación con el resto de trabajadores. La integración metropolitana de la zona de estudio en términos de movilidad y la propia consideración de los creativos como trabajadores “móviles” puede contribuir a explicar la visión de los trabajadores creativos del lugar de residencia como un “espacio de oportunidad” más que un “nodo” fundamental de su elección residencial de vida.

Los resultados obtenidos sugieren, en definitiva, una “localización deslocalizada” de la residencia de los trabajadores creativos donde la capacidad de ubicarse en un entorno local puede ser menor que en relación al contexto regional o metropolitano. No obstante, este punto debería comprobarse con estudios cualitativos realizados con entrevistas en profundidad con miembros de los grupos de trabajadores creativos. Ello será objeto de futuras investigaciones.

## **7. – Referencias**

- Anton Clavé, S., 2012. Rethinking mass tourism, space and place. In *The Routledge Handbook of Tourism Geographies*. pp. 217–224.
- Anton Clavé, S. & Wilson, J., 2017. The evolution of coastal tourism destinations: a path plasticity perspective on tourism urbanisation. *Journal of Sustainable Tourism*, 25(1), pp.96–112.
- Atkinson, J., 1985. Flexibility, Uncertainty and Manpower Management. *Institute of Manpower Studies*, (89), pp.1–38.
- Bereitschaft, B. & Cammack, R., 2015. Georeferenced data employed in the spatial analysis of neighborhood diversity and creative class share in Chicago. *Data in brief*, 4, pp.602–5.
- Boschma, R. & Martin, R., 2010. The aims and scope of evolutionary economic geography. *The Handbook of Evolutionary Economic Geography*, pp.3–39.
- Boschma, R.A. & Fritsch, M., 2009. Creative Class and Regional Growth: Empirical Evidence from Seven European Countries. *Economic Geography*, 85(4), pp.391–423.
- Brouder, P., Anton Clavé, S. & Ioannides, D., 2017. *Tourism destination evolution*, Routledge.
- Butler, R.W., 1980. The concept of a tourist area cycle of evolution: implications for management of resources. *The Canadian Geographer/Le Géographe canadien*, 24(1), pp.5–12.



- Clifton, N., 2008. The “creative class” in the UK: An initial analysis. *Geografiska Annaler, Series B: Human Geography*, 90, pp.63–82.
- Clivaz, C. et al., 2014. The circulation of wealths resort development and touristic capital of place. Neuchâtel: Maison d'Analyse des Processus Sociaux. Université de Neuchâtel
- Équipe MIT, 2002. *Tourisme 1. Lieux communs*, Paris: Belin
- Florida, R., 2002. *The Rise of Creative Class: And How It's Transforming Work, Leisure, Community and Everyday Life*, New York: Basic Books.
- Frenkel, A., Bendit, E. & Kaplan, S., 2013. Residential location choice of knowledge-workers: The role of amenities, workplace and lifestyle. *Cities*, 35, pp.33–41.
- Gilbert, E.W., 1939. The growth of Inland and seaside health resorts in England . *Scottish Geographical Magazine*, 55(1), pp.16–35.
- Gill, A., 2000. From Growth Machine to Growth Management: The Dynamics of Resort Development in Whistler, British Columbia. *Environment and Planning A*, 32(6), pp.1083–1103.
- Gill, A.M. & Williams, P.W., 2011. Rethinking resort growth: Understanding evolving governance strategies in Whistler, British Columbia. *Journal of Sustainable Tourism*, 19(4–5), pp.629–648.
- González Reverté, F., 2003. El proceso de urbanización en Cataluña. Una visión de las áreas perimetropolitanas del litoral. *Eria*, (60), pp.17–31.
- González Reverté, F. et al., 2016. La localización de la clase creativa en ciudades turísticas. Un análisis a escala local del sistema urbano Mediterráneo español. *Investigaciones Turísticas*, 11(11), pp.1–29.
- Gormsen, E., 1981. The spatio-temporal development of international tourism, attempt at a centre-periphery model. *Etudes & Memories*, 55, pp.150–170.
- Haisch, T. & Klöpffer, C., 2015. Location choices of the creative class: Does tolerance make a difference? *Journal of Urban Affairs*, 37(3), pp.233–254.
- King, R., 1995. Tourism, labour and international migration. In A. Montanan and A.M. Williams, ed. *European Tourism: Regions, Spaces and Restructuring*. Chichester: Wiley, pp. 177–190.
- Lawton, P., Murphy, E. & Redmond, D., 2013. Residential preferences of the ‘creative class’? *Cities*, 31, pp.47–56.
- Ma, M. & Hassink, R., 2013. An Evolutionary Perspective on Tourism Area Development. *Annals of Tourism Research*, 41, pp.89–109.
- Miossec, J.-M., 1977. Un modèle de l'espace touristique. *Espace géographique*, 6(1), pp.41–48.

- Olano, J.-X., González Reverté, F., Anton Clavé, S., 2018. Consideracions sobre l'atracció de residents a les destinacions turístiques catalanes: El cas dels treballadors creatius. *Revista Econòmica de Catalunya*, 76, pp.74–85.
- Olano, J.-X., González Reverté, F., Anton Clavé, S., 2017. Creative Class Attraction in Catalan Coastal Tourism Destinations. In *Tourism Shaping Places*. Vila- Seca. Available at: <http://wwwa.fundacio.urv.cat/congressos/tourism-shaping-places-igu2017/>.
- Pizam, A., 1982. Tourism Manpower: The State of the Art. *Journal of Travel Research*, 21(2), pp.5–9.
- Plog, S.C., 1974. Why Destination Areas Rise and Fall in Popularity. *Cornell Hotel and Restaurant Administration Quarterly*, 14(4), pp.55–58.
- Rovira Soto, M.T. & Anton-Clavé, S., 2014. De destino a ciudad. La reformulación urbana de los destinos turísticos costeros maduros. El caso de la Costa Daurada central. *Architecture, City and Environment*, (25), pp.373–392.
- Sanz-Ibáñez, C., Wilson, J. & Anton Clavé, S., 2017. Moments as catalysts for change in the evolutionary paths of tourism destinations. In *Tourism destination evolution*. pp. 81–102.
- Shaw, G. & Williams, A.M., 1994. *Critical Issues in Tourism. A geographical Perspective*, Oxford: Blackwell Publishers.
- Soares, J.C. et al., 2016. Dinámica evolutiva y path dependece en los destinos turísticos litorales: El papel y la percepción de los agentes locales desde una perspectiva comparada. *Estudios y Perspectivas en Turismo Volumen*, 25, pp.164–185.
- Williams, A.M. & Hall, C.M., 2000. Tourism and migration: New relationships between production and consumption. *Tourism Geographies*, 2(1), pp.5–27.
- Wolfe, R.I., 1952. Wasaga Beach: The divorce from the Geographic Enviroment. *The Canadian Geographer/Le Géographe canadien*, 1(2), pp.57–66.