

# Los impactos del Turismo

\* Climent Picornell

## Resumen:

El desarrollo turístico es entendido –por parte de especialistas y, en general, de la sociedad– como un fenómeno complejo al que se atribuyen costes y beneficios. La visión tradicional, que consideraba únicamente el punto de vista económico, se ha completado con la toma en consideración de las variables ambientales y socioculturales. La diversidad de factores implicados da lugar a interrelaciones múltiples, capaces de generar desarrollos turísticos diferentes cuyos impactos pueden diferir notablemente.

El artículo presenta un marco conceptual general del turismo, que permite sistematizar los impactos que produce en los subsistemas económico, sociocultural y ambiental. Por último, se propone un marco general para evaluar el impacto del turismo.

---

PAPERS DE TURISME, 11, pp. 65-91, 1993

\*Climent Picornell es Vice-rector de la Universitat de les Illes Balears y profesor titular de Geografía Humana.



# Los impactos del Turismo

\* Climent Picornell

## 1. Introducción

El desarrollo turístico ya no se considera absolutamente provechoso para las sociedades receptoras de turistas, sino que se le atribuyen tanto costos como beneficios. En un principio, la evaluación del impacto del turismo se consideraba, únicamente, desde el punto de vista económico, en la actualidad el impacto del turismo se valora también en sus variables ambientales y socioculturales (Unesco, 1976; Murphy, 1987; Mathieson-Wall, 1988; Smith, 1977; Pearce, 1988 a; 1988 b; Lozato, 1990).

La valoración del impacto del desarrollo turístico fluctúa entre la consideración del turismo como generador de beneficios económicos, excluyendo los demás impactos o, por otra parte, se enfatiza su naturaleza socialmente y ambientalmente destructora. Los economistas formarían la mayor parte de los seguidores de la primera postura y antropólogos, sociólogos y geógrafos, de la segunda (Languar, 1985). Estas diferencias disciplinarias muchas veces se sustentaban en metodologías débiles (Turner-Ash, 1975) y en palabras de un geógrafo «teñidas de un cierto grado de sentimentalismo» (Pearce, 1988 b). La clave de la cuestión se sitúa en comprender que el turismo puede tener desarrollos diferentes (según varíen sus agentes: demanda, oferta, intermediación, territorio) e incluso que procesos de desarrollo turístico similares pueden dar lugar a impactos muy distintos cuando algún elemento del conjunto difiere de los demás. Además, se ha generalizado ya la necesidad de comprender cuáles han sido los procesos que han

generado los diferentes impactos: el impacto económico, el impacto sociocultural y el impacto ambiental, para de este modo proceder a una correcta evaluación y a un posterior diseño, más correcto, de la planificación turística (Mathieson-Wall, 1982; Cazes, 1989).

### 1.1. Análisis de los impactos del turismo

Los impactos del turismo son el resultado de una compleja interacción de fenómenos. Sin embargo, podemos conjugarlos en dos grandes subconjuntos (Mathieson-Wall, 1988):

a) El primero presenta los impactos del turismo como una interacción entre los turistas y el área de destino y su población. Los subsistemas económico, social y medioambiental del área de destino tienen unas determinadas **capacidades de carga**. La magnitud y la dirección de los impactos turísticos está determinada por los **límites de tolerancia** de cada uno de estos subsistemas. Serán positivos los impactos que no excedan estos límites y negativos los que traspasen el umbral de tolerancia y, por consiguiente, desborden la capacidad de carga.

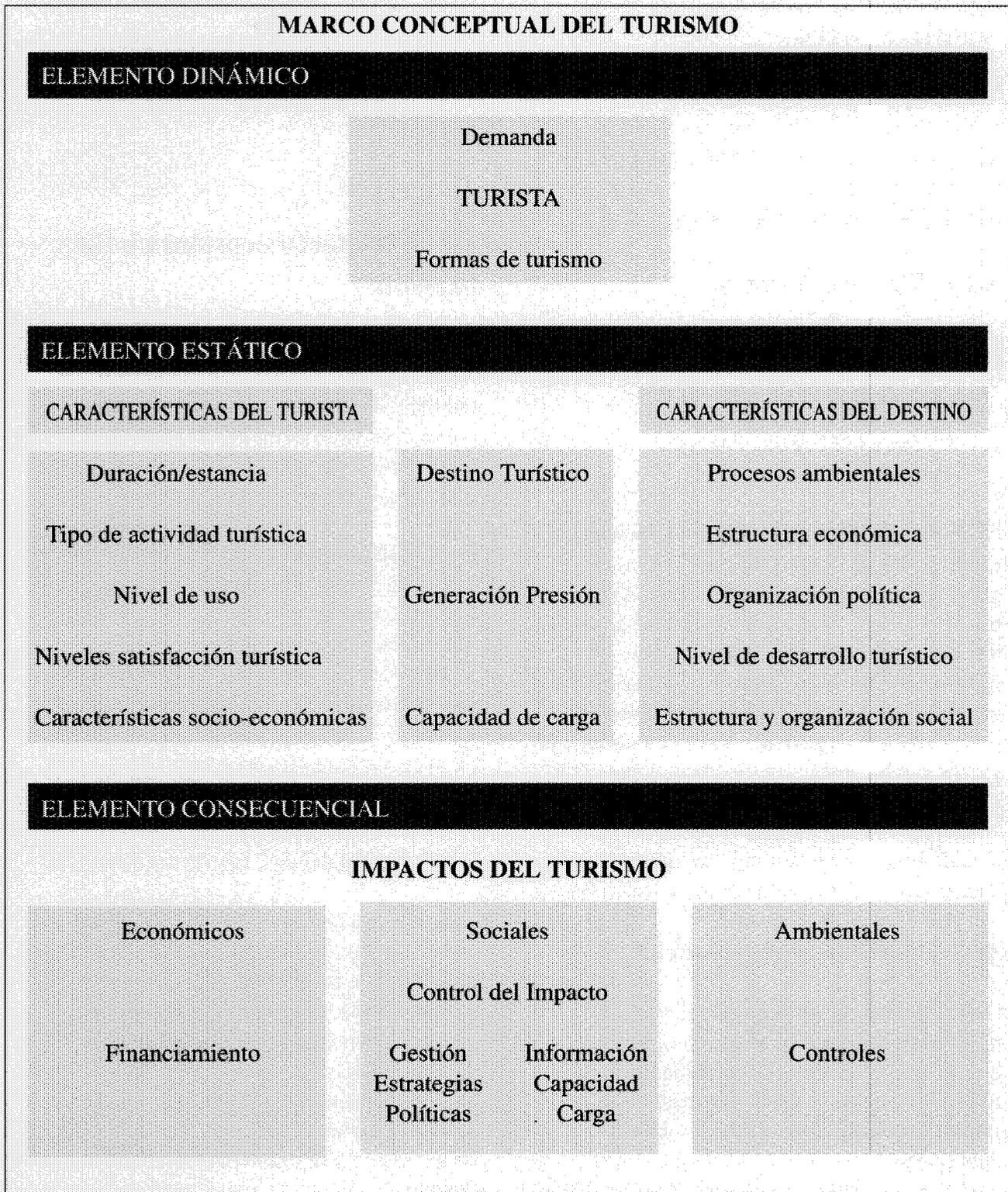
b) El segundo marco general es más concreto que el primero y se focaliza hacia un componente importante: los turistas y sus procesos de toma de decisiones. Estos procesos nos indican que los impactos del turismo son la consecuencia de las decisiones del turista. Sabemos, también, que los impactos del turismo son dinámicos y cambiantes al unísono con los correspondientes cambios en los lugares de destino, las características del viaje y los atributos personales y comportamentales de los turistas. Existe, pues, una discontinuidad entre la causa y el efecto, ya que muchas de las

decisiones se toman en las áreas urbanas del mundo desarrollado y muchas de las consecuencias se dejan sentir en la periferia.

Las motivaciones y la demanda para viajes turísticos es un tipo de investigación mucho menos desarrollada que la del turismo en las regiones de destino. Los geógrafos han iniciado ya este campo de investigación. (Pearce, 1988 b; Walmsley, D. J. -Lewis, G. J. 1985).

El tema de las motivaciones de los turistas es también un tema que interesa a la geografía del turismo, desde el ángulo de la geografía de la percepción. Las imágenes turísticas incluyen tanto la percepción del turista de los lugares que escoge, como todos los recursos que emplean los intermediarios turísticos y los empresarios e instituciones que pretenden estimular, mediante la promoción de las zonas turísticas, la motivación y la atracción del turista. (Miossec, 1977 b; Muscara, 1983; Picornell, 1990).

## 1.2. Marco conceptual del turismo



Siguiendo la tipología anterior, para analizar correctamente el impacto del turismo hace falta el diseño de las características de los diferentes elementos.

### 1.2.1. Elemento dinámico

- a.— La estructura de la demanda turística y sus características.
- b.— Las formas del viaje turístico.

### 1.2.2. Elemento estático

- a.— Las características del turista.
- b.— Las características de las áreas de destino y su población.
- c.— La capacidad de carga de estas características.

Mucho se ha discutido sobre la **capacidad de carga** de un recurso turístico y, si bien el concepto es positivo, su evaluación es más difusa. Queda claro que la capacidad de carga es el umbral o límite de tolerancia más allá del cual se saturan las instalaciones (capacidad de carga física), se degrada el medio ambiente (capacidad de carga ambiental) o disminuye el placer y el bienestar del visitante (capacidad de carga perceptual o psicológica). Estos conceptos se aceptan generalmente en la actualidad, pero las dificultades de medición y cuantificación hacen que su uso se restrinja.

### 1.2.3. Elemento consecucional

De las interacciones de los elementos anteriores se infiere un tercer elemento, el elemento consecucional, en forma de impactos: los impactos del turismo. Estos impactos pueden descomponerse en tres subsistemas:

- a.— Los impactos económicos.
- b.— Los impactos socioculturales.
- c.— Los impactos ambientales.

La evaluación correcta de estos impactos permite establecer toda una serie de propuestas de controles para mitigar o eliminar, si es posible, los efectos de los impactos negativos del turismo sobre la economía, la sociedad, la cultura y el medio ambiente de las áreas receptoras.

## 2. El impacto económico del turismo

Se entiende por impacto económico del turismo, la medida de los beneficios y, también, de los costes económicos generados por el desarrollo de esta actividad. Los niveles de referencia suelen ser el local o municipal, el regional, el estatal y el internacional.

De los impactos provocados por el desarrollo turístico, el más investigado sin duda es el impacto económico. Quizás, sea porque la consideración de los costos y beneficios económicos puedan expresarse en términos cuantitativos, a diferencia de los impactos sociales y culturales, muchos de los cuales han de expresarse en términos cualitativos, más difícilmente evaluables.

### 2.1. Magnitud del impacto turístico

La magnitud de los impactos causados por el turismo depende en gran medida del nivel de desarrollo de las comunidades receptoras, en el caso del impacto económico, entre las variables previas a tener en cuenta destacaríamos:

- a) La naturaleza de las ofertas y atractivos para los turistas.
- b) El volumen del gasto turístico en el lugar de destino.
- c) El nivel de desarrollo económico del área de destino.

- d) El tamaño de la base económica en el área de destino.
- e) La recirculación del gasto turístico dentro del área de destino.
- f) El grado de ajuste a la estacionalidad de la demanda turística.

Otra de las particularidades del impacto turístico que vendrá marcado por el diferente nivel de los factores enunciados anteriormente

será la determinación del impacto económico como positivo o negativo.

## 2.2. Costos y beneficios del impacto económico del turismo

Existen diversos fluxogramas explicativos que intentan definir de una forma general cuáles son las relaciones entre las partes involucradas.



### 2.2.3. Desarrollo regional

Tradicionalmente el turismo ha sido considerado como una importante herramienta para el desarrollo regional. Los primeros autores que trataron el tema desde el punto de vista de la Geografía, Selke (1936) y Christaller (1964), recalcaron que el turismo es una actividad que tiene tendencia a desarrollarse en la periferia, siendo así un factor estimulante de la actividad económica de países distantes del centro o de regiones periféricas. No obstante, las áreas que, tradicionalmente han sido relegadas del desarrollo tradicional (pe.. las áreas alpinas, los atolones de coral, las playas, etc.), pueden constituir una base para el desarrollo turístico, además, dado el gran potencial generador de puestos de trabajo del turismo, éste puede constituir un medio efectivo para la compensación de las disparidades económicas regionales.

De todas las maneras la bibliografía más reciente lejos de definir taxativamente el problema demuestra que el turismo alivia, pero también acentúa los desequilibrios económicos regionales e intra-regionales.

### 2.2.4. Efecto multiplicador

Otra gran parte del volumen de discusión se centra en evaluar cómo y cuánto el gasto turístico se filtra a través de la economía, estimulando otros sectores al hacerlo. A este efecto se le llama el «efecto de multiplicador turístico». Se suele descomponer en:

- a) multiplicador de ventas o productos inducidos a partir del gasto turístico inicial
- b) multiplicador de ingresos que pretende relacionar el gasto turístico que permanece en la región con el porcentaje de ingresos de los residentes locales y su desembolso

c) El multiplicador de empleos que pretende describir la relación entre el empleo directo y la generación de empleos secundarios.

En general se puede esperar que los efectos generales de los multiplicadores de la economía difieran de un país a otro, más que para los diversos sectores de una economía en particular, una de las conclusiones más generales es que el efecto del gasto turístico es normalmente mayor en el empleo que en la generación de ingresos.

### El efecto socio-profesional y sus consecuencias espaciales

El turismo se considera como creador de empleo directa e indirectamente. El coeficiente multiplicador del turismo en los empleos indirectos se juzga como uno de los más elevados en relación a otras actividades: de 2 a 3 empleos e incluso más, por cada empleo directo. Si bien hay que matizar las caracterizaciones de empleos a tiempo completo o empleos estacionales, según sea la temporada turística, con aparición de elevados componentes de pluriactividad (turismo y agricultura principalmente).

Las consecuencias espaciales del impacto socio-profesional del turismo son importantes:

- Redistribución geográfica de la población en función de la especialización turística (interior-litoral, alta-baja montaña).
- Modificación socio-profesional y geográfica de la población activa y de la población en general. Desertización de espacios interiores; una localización turística espacialmente segregativa, puede conducir a espectaculares desequilibrios dentro de un mismo espacio regional.

— Flujos de trabajadores inmigrantes para ocupar empleos turísticos poco cualificados.

### **2.2.5. Turismo y actividad empresarial**

La manera en que el turismo establece ligazones entre las empresas locales depende de:

- a) La tipología de la oferta y la producción con las que está ligada la demanda turística.
- b) La capacidad de los empresarios locales para satisfacer estas demandas.
- c) La forma de desarrollo histórico del turismo en el área.
- d) La tipología de desarrollo turístico.

Sin ninguna duda las inversiones en los transportes locales y regionales, en el suministro de agua, en las infraestructuras sanitarias, la construcción de un aeropuerto facilita el acceso a otras áreas también a los residentes y a la demanda de servicios y bienes. Se pueden considerar externalidades positivas para las regiones turísticas. Ahora bien, la ligazón entre los empresarios suministradores de bienes y servicios y la demanda turística es otro punto variable en cuanto a la catalogación de los beneficios del turismo, dependiente de diversas tipologías de desarrollo turístico.

### **2.2.6. Competencia intersectorial**

Aunque el turismo puede ser un factor de desarrollo para algunos sectores de la economía, con otros puede interferir e incluso competir. Eso sucede en las localidades o regiones donde existe una escasez de mano de obra o en donde los capitales para dedicar a la inversión son pequeños. Las relaciones de competencia más conocidas son las que llegan a establecerse entre el turismo y la agricultura. Cuando el turismo se va desarrollando hay una transferencia de mano de obra de la agricultura

al turismo, se desplaza el consumo de productos locales, y la inversión se desvía a los lugares de mayor rentabilidad que suelen ser los turísticos. Algunos efectos residuales sobre la agricultura suelen ser forzados por el despoblamiento y el envejecimiento rurales y, sobre todo una inflación de los precios de la tierra, producto de la especulación para residencias turísticas o secundarias, pero que genera problemas estructurales para un correcto desarrollo agrario (Salva, 1989).

### **2.2.7. Inflación**

El desarrollo del turismo tiene un efecto inflacionario, sobre todo durante las etapas iniciales. En los comienzos de las etapas turísticas la oferta de bienes y servicios turísticos y agregados no suele poder responder con la misma rapidez que el aumento de la demanda. Esto genera un aumento de los precios.

También existe una disparidad entre el poder adquisitivo de los turistas y el de la población receptora, poder adquisitivo que se irá nivelando e incluso igualando o, en casos de turismo charter, superando. Los precios del suelo y de los inmuebles se elevan por la demanda generada por turistas, empresarios turísticos y promotores inmobiliarios.

No hay que dejar de lado las fluctuaciones estacionales de los precios según la época de las vacaciones, según las tipologías de las estaciones turísticas (época de nieve en estaciones de montaña, verano en estaciones litorales, etc.)

### **2.2.8. Sobredependencia económica del turismo**

Las economías excesivamente dependientes del turismo generan una gran vulnerabilidad, por los cambios en la demanda que no son

controlados por ellas mismas. El turismo es susceptible de grandes cambios en la demanda, producidos por congestiones en la misma, a causa de la problemática económica en los países generadores, o por causas externas, aumento de los costes energéticos, situaciones políticas, cambios en el *value-for-money*, etc. Estos cambios en la demanda, inducidos a veces por los intereses de los grandes operadores, pueden provocar crisis localizadas, en regiones turísticas o generales. Confrontaciones bélicas o, sencillamente, estaciones *demodées*, problemas de «italianización»... Las áreas de destino excesivamente dependientes han de generar estrategias conducentes a la diversificación, entre los tipos de turistas o entre su base económica.

### 2.2.9. Problemas de la estacionalidad turística

La estacionalidad de la demanda en la mayoría de estaciones turísticas se refleja claramente en las estadísticas de ocupación hotelera. Muchos hoteles cierran durante los meses que no son de temporada turística, otros disminuyen su ocupación. Los costes fijos de explotación son un porcentaje elevado de los costos totales, aunque muchos hoteles prefieren cerrar y reabrir cada año. La problemática de los trabajadores estacionales o de los parados estacionales viene asociada a esta tipología rítmica estacional.

A todo esto hay que añadir que en las estaciones turísticas sometidas a fuertes puntas de intensidad de demanda en la temporada alta, al «sobredimensionamiento» de determinados servicios e infraestructuras (como los transportes, Seguípetrus, 1991), le siguen en la temporada baja la sub-explotación o un uso muy por debajo de su dimensionado.

### 2.2.10. Ingresos para el Estado

Si bien la geografía de los flujos y centros turísticos se ha ensanchado considerablemente desde 1945 (Lozato, 1990), el peso económico del turismo varía considerablemente de un país a otro, de una región a otra. Las balanzas comerciales turísticas más fuertes (ingresos y gastos) se dan en los grandes países industriales de América del Norte y de Europa occidental. Los saldos comerciales positivos y los mayores porcentajes en el PNB están, más bien, en contradicción con la observación global de las balanzas comerciales turísticas internacionales. Los grandes países industrializados emisores de turistas son los grandes perdedores y los mayores porcentajes positivos se producen en los pequeños países —principalmente del Caribe, de aquí el adjetivo «economía caribeña» para explicar el fenómeno— dependientes del turismo, en algunos de los cuales los ingresos turísticos pueden llegar a superar la mitad del PIB. En todos estos casos el turismo se ha convertido en un sector no menospreciable para los países industrializados, incluso de una importancia capital para aquellos estados con recursos limitados.

## 2.3. Conclusiones

Los efectos económicos del turismo gozan ya de una buena literatura, de todas maneras es muy superior el nivel de trabajos que exponen los beneficios económicos que el de los que expresan los costos que van asociados al desarrollo turístico. El énfasis sobre los efectos beneficiosos ha contribuido a incrementar el optimismo de los políticos a considerar el potencial turístico como un estimulador del desarrollo económico. Esta actitud se refleja en el favorable impacto del turismo en la balanza de pagos, en la generación de empleo

y renta y, en menor medida, en un estímulo a la inversión privada. Estos beneficios económicos han sido acompañados por una diversidad de costes que, hasta hace muy poco tiempo, habían sido ignorados. Fugas económicas hacia las áreas de origen, inflación, especulación del suelo, baja amortización de las inversiones provocadas en parte por las fluctuaciones estacionales de la demanda y una sobredependencia de la oferta turística local de las áreas de emisión de turistas y otra dependencia, a la vez, del subsector del turismo del conjunto de la economía local, hacen que el análisis hacia la economía de la industria turística sea más crítico (Pearce, 1988; Figuerola, 1985; Aguiló, 1990; Languar, 1991).

### 3. El impacto sociocultural del turismo

#### 3.1. Introducción

El impacto sociocultural del turismo analiza los cambios en la sociedad y en el modo de vida de los residentes en las áreas de recepción de turistas. Este cambio afecta a multitud de variables, entre ellas: formas de vida, sistemas de valores, comportamiento individual, relaciones familiares, estilos de vida colectivos, niveles de seguridad, conducta moral y política, expresiones creativas, cultura tradicional, etc.

La mayoría de estudios que analizan el impacto sociocultural del turismo lo hacen desde una óptica negativa. Según la mayoría de sociólogos, antropólogos y, también, geógrafos, la actividad turística no hace sino exportar el modelo de las sociedades modernas (que son, según ellos, modelos estandarizados y a menudo vacíos de contenido) hacia otras

sociedades —las receptoras— que tienen valores culturales propios y que son —en un sentido de valoración «rousseauiana»— colectivos menos degenerados que los occidentales.

Valoraciones que ya algunos autores han calificado de excesivamente sentimentales y a menudo, poco científicas y que deben de ser matizadas con los efectos positivos que el turismo ha ido extendiendo, principalmente la modernización de las sociedades receptoras, y la extensión de conceptos y roles occidentales (igualdad de sexos, emancipación de los jóvenes, modernización de costumbres, etc.) (Jurdao, 1992).

Una de las valoraciones negativas que más éxito ha tenido en la divulgación científica internacional es la acuñación del concepto **Balearización**. Entendiendo por Balearización los efectos negativos de un desarrollo excesivo del turismo (Picornell, 1987).

Incluso se habla del **turismo etnocida** (Jurdao, 1979), para referirse al turismo como exterminador de culturas tradicionales, visión muy alejada de la arcádica concepción del turismo promotor de conocimiento, entendimiento y comprensión entre gentes de diferentes naciones y culturas. La literatura específica llama **ghettos turísticos**, para reflejar el nivel de separación física y social entre los turistas y los residentes.

Entre los procesos que se consideran negativos se mencionan (McIntosh-Goeldner, 1986):

— El denominado efecto ejemplo (*demonstration effect*) por el cual la población local desea productos y modas de consumo y comportamiento como los de los turistas.

— Introducción de actividades no deseadas: prostitución, drogas, inseguridad ciudadana, juego...

- Tensiones entre colectivos: problemas derivados de la inmigración, xenofobia, racismo...
- Desarrollo de actitudes «serviles» por parte de los trabajadores turísticos.
- Estandarización de roles en el negocio turístico.
- Banalización de los productos de artesanía y *souvenirs*.
- Pérdida de sentido cultural, si la cultura local es usada como entretenimiento para los turistas.
- Excesiva rapidez en el cambio de las formas de vida locales.
- Marginación de la población indígena de determinadas tareas dirigentes del negocio turístico.

Los impactos negativos tienden a moderarse cuando las sociedades receptoras se van modernizando y desarrollando, sucediéndose los planes de ordenación turística tendentes a mitigar estos impactos.

### 3.2. Anfitriones y huéspedes

La relación que se establece entre los diversos grupos involucrados en el desarrollo turístico ha sido reducida a una dicotomía básica: la relación entre anfitriones y huéspedes (Smith, 1977). Sin embargo ninguno de los grupos, ni el de los anfitriones ni el de los huéspedes, para referirse a los turistas y a los miembros de las sociedades receptoras, es homogéneo. Los efectos sociales, como también los económicos, y en menor medida los ambientales, se hacen sentir no sólo en los centros turísticos sino que afectan también a los pueblos o comarcas circundantes que carecen, normalmente de infraestructuras y servicios para el turismo (Fuster, 1974), no hay

que olvidar tampoco los efectos sociales causados en las áreas generadoras (Pearce, 1988 b).

### 3.3. Relaciones entre turistas y receptores

a) La naturaleza transitoria entre lo que hemos convenido en llamar anfitriones y huéspedes. El tiempo de duración de una estancia turística fluctúa, por la propia definición de turista entre un mínimo de una noche y una media variable según el tipo de turismo, con unos estándares de siete a catorce días. Las barreras de los idiomas, dificultan además el desarrollo de una comprensión real entre los grupos en contacto.

b) La relación se produce, en muchos casos, a través de un anfitrión que trabaja y un huésped que está de vacaciones. Con el detalle de que mientras se está de vacaciones la conducta que se despliega es mucho menos restrictiva que la que se tiene en períodos de trabajo o en el lugar de origen.

c) La naturaleza estacional del turismo y el breve lapso temporal de permanencia del turista tiende a ser más destructora y menos previsible que las otras actividades o relaciones que se basan en la permanencia durante todo el año de los vínculos relacionales. Las relaciones estacionales o temporales aumentan más las tensiones que pudieran existir entre los diferentes grupos.

De forma general podríamos exponer que cuanto más se desarrolla el flujo turístico y cuanto más crecen las áreas de servicios y infraestructuras hoteleras, más disminuyen los «verdaderos» contactos entre los turistas y la población receptora, o bien se hacen cada vez más infrecuentes y superficiales. En este sentido las tipologías de los turistas son muy explicativas.

### 3.4. Tipologías de turistas

Es un punto clave para comprender cuál será o cuál ha sido su impacto en la sociedad y la cultura locales.

Las tipologías de turista pueden ser agrupadas en dos categorías generales: «Modelos

interaccionales» y «Modelos cognitivo-normativos» (Murphy, 1987); los interaccionales enfatizan las relaciones entre los visitantes y las áreas de destino, mientras que los cognitivo-normativos acentúan las motivaciones que provocan un viaje (Plog, 1972; Smith, 1977; Cohen, 1979).

| TIPO DE TURISTA Y SU ADAPTACIÓN A LAS NORMAS LOCALES |                  |                                 |
|--|------------------|---------------------------------|
| TIPO DE TURISTA                                      | NÚMERO TURISTAS  | ADAPTACIÓN A LAS NORMAS LOCALES |
| Explorador   | Muy limitado     | Acepta totalmente               |
| Elitista   | Se nota poco     | Adapta totalmente               |
| Fuera de lo común                                    | Se le nota       | Adapta bien                     |
| Inusual  | Ocasional        | Adapta cierta forma             |
| Masa incipiente                                      | Flujo constante  | Busca normas occidentales       |
| Masa   | Flujo continuo   | Espera normas occidentales      |
| Charter  | Llegadas masivas | Exige normas occidentales       |

Fuente: (Smith, 1977).

Los impactos varían, a medida que evoluciona la sociedad receptora (Díaz Alvarez, 1987); durante las primeras etapas (en sociedades rurales o basadas en la autosubsistencia) las relaciones con los turistas tomaban dos tipos de caracterizaciones:

— Admiración y envidia hacia las formas de vida y hacia las posibilidades económicas de los visitantes, los cuales —consideraba el nativo— que le honraban con su trato.

— Decepción por la inevitable comparación entre sus propias formas de vida y las de los visitantes. Por esto se podían justificar los intentos de aprovecharse de él, pidiendo precios superiores y sacando partida económica de todas las formas de relación.

La masificación turística homogeneiza aún más las pautas de comportamiento. Los contactos se profesionalizan, el trato es menos servil, y crece la conciencia de que el turismo puede ser, gestionado correctamente, una actividad duradera, seria. Los impactos sociales se suavizan e incluso una sensibilidad mayor por parte de algunos estratos de los visitantes contribuye a salvar valores arquitectónicos o ecológicos del área de destino.

### 3.4.1. De la euforia al antagonismo

Los estudios comparativos, de cómo se sucede la aceptación del turista por parte de las sociedades receptoras, permiten establecer una serie de estudios o niveles, del muy conocido modelo «Irridex» de Doxey (Doxey, 1975):

1) **Euforia.** Las poblaciones locales están muy motivadas, acogen con alegría al turista y hay un sentimiento de mutua satisfacción.

2) **Apatía.** Crece la industria turística y se toma conciencia de que pertenece a la cotidianeidad: una actividad de la cual sacar provecho.

3) **Irritación.** Ocurre cuando entran en acción los fenómenos de saturación y la población local sola, no puede ocuparse del turismo. Los políticos tratan de solucionar el problema aumentando infraestructuras y limitando el crecimiento.

4) **Antagonismo.** El malestar es general. El turista es el chivo expiatorio de todos los males del crecimiento desordenado. Aumentan los impuestos, los fenómenos de corrupción, sin embargo la promoción no se detiene, se deteriora la reputación del área como destino turístico.

5) **Fase final.** Diversidad de opiniones. Parte de la población autóctona habla aún del paraíso que han perdido; otros intentan aprender a vivir en un ecosistema que ya nunca volverá a ser el que fue. Es el momento en que, si el área de destino turístico es importante, continúa el turismo de masas.

Otros modelos como el de Chadeffaud (Callizo, 1989) o el de Williams (Dewailly, 1990), muestran características semejantes.

### 3.5. Impactos socioculturales del turismo

#### LOS IMPACTOS SOCIALES Y CULTURALES DEL TURISMO

- A) **Impacto en la estructura de la población:**
  - Tamaño de la población;
  - Composición por edad y sexo;
  - Modificación del tamaño de la familia;
  - Transformación de la población, de rural a urbana.
  
- B) **Transformación de las formas y tipos de ocupación:**
  - Impacto en la distribución ocupacional por sector;
  - Demanda de trabajo femenino;
  - Aumento en el empleo temporal.
  
- C) **Transformación de valores:**
  - Políticos;
  - Sociales;
  - Religiosos;
  - Morales.
  
- D) **Influencia sobre la forma de vida tradicional:**
  - En el arte, la música y el folclore;
  - En los hábitos y las costumbres;
  - En la vida diaria.
  
- E) **Modificaciones de los patrones de consumo:**
  - Alteraciones cualitativas;
  - Alteraciones cuantitativas.
  
- F) **Beneficios para el turista:**
  - Relajamiento, recuperación, recreación;
  - Cambio de medio;
  - Ampliación de horizontes;
  - Contacto social.

Fuente: Figuerola, 1976.

### **3.5.1. Impactos en la estructura de la población**

El desarrollo del turismo, afecta al tamaño de la población residente, ya que la creación de nuevos empleos generará un aumento de los contingentes, que obtendrá un efecto sinérgico al actuar como freno a la emigración y polo de atracción de trabajadores. Estos, en un principio, provendrán de las áreas cercanas, rurales, pero poco a poco el círculo de atracción irá en aumento, hasta llegar a atraer trabajadores de otras regiones o estados. Como todos los fenómenos de emigración impondrán una nueva dinámica poblacional, con un rejuvenecimiento de los contingentes, un aumento de los adultos jóvenes, un aumento de las tasas de natalidad, etc., y una generación de problemáticas segregacionistas asociadas a fenómenos inmigratorios. Eventualmente podría haber un cambio muy importante en el grado de urbanización regional. Ya sabemos que este proceso es selectivo en cuanto a la edad y al sexo, como la emigración. Estas alteraciones de la composición de la población y su tamaño, más una mayor movilidad ocupacional, que reduce los vínculos familiares, conduce a transformaciones sociales importantes en las sociedades receptoras de turismo.

### **3.5.3. Transformaciones de formas y tipos de ocupación**

Se producen alteraciones de los *status* ocupacionales, muy diversas. La demanda, de una forma rápida, de personal cualificado o no cualificado atrae a personas de otros lugares, de otras ramas de la economía, e incluso —jóvenes y mujeres— marginados del trabajo fuera del hogar o fuera de las explotaciones familiares se introducen en el proceso productivo como trabajadores asalariados. Por

estos motivos los centros turísticos que dependen de afluencias importantes de trabajadores temporales pueden presentar inestabilidad social, rotación constante con escaso tiempo para desarrollar relaciones duraderas o para fomentar un espíritu comunitario. Aunado a lo anterior, se suman los patrones de trabajo de la industria hotelera con horarios prolongados y turnos rotatorios.

Así pues, la entrada de salarios en las familias, no provenientes de la agricultura, provoca la entrada de éstas en formaciones sociales más monetarizadas; los más jóvenes renuncian a la agricultura, abandonando la casa y el acceso de las mujeres a lugares de trabajo turísticos les permite alejarse de las tutelas tradicionales. (Rozemberg, 1981).

### **3.5.3. Transformación de valores**

#### **3.5.3.1. El efecto ejemplo**

Los valores pueden transformarse cuando se confrontan grupos de personas diferentes, aunque sólo sea brevemente. Este efecto se conoce en sociología y antropología como «efecto ejemplo». En los casos de confrontación turística los influidos generalmente son los receptores y no los turistas. Aunque hay algunas excepciones. Lo anterior sucede especialmente en quienes buscan con su viaje y visita reforzar o difundir sus creencias políticas, ideológicas o religiosas al visitar lugares como Israel, India, Cuba, La Meca o Roma. De todos modos los grandes flujos turísticos mundiales hacen que sea la conducta del turista la que afecte a la transformación de valores y también a la modificación de los patrones de consumo tradicionales de las sociedades visitadas, imponiendo unas pautas estandarizadas y occidentalizadas.

### 3.5.3.2. Sociales

El turismo tiene un efecto de cambio en los valores sociales sobre todo partiendo de lo que hemos denominado anteriormente el **efecto ejemplo**. El efecto ejemplo viene a significar todo el entramado que el turismo provoca en las sociedades receptoras, en el sentido de introducir pautas comportamentales no conocidas, o si quiere occidentalizantes. Para algunos autores el efecto ejemplo actúa «aculturalizando» las sociedades, para otros, occidentalizando patrones injustos o atrasados de estas mismas sociedades. Otros efectos en los patrones de consumo, de vestir, o de actuar son también efectos añadidos del efecto ejemplo.

Ahora bien las modificaciones causadas más importantes lo son, sobretodo, en países poco desarrollados:

- Cambios en el papel de las mujeres
- Cambios en la cohesión de la comunidad
- Cambios en la estructura demográfica
- Cambios en las estructuras institucionales y el papel de sus miembros

Nuevas clases que se han enriquecido han puesto en cuestión, a los antiguos poderes tradicionales e institucionales, redefiniendo su rol social (Langar, 1985).

### 3.5.3.3. Políticos

No es un secreto que el turismo ha sido utilizado por determinados gobiernos como un hecho político (Fernández Fuster, 1991). El ministro de Turismo español, Fraga Iribarne, ya proclamó en su momento la «alta rentabilidad política del turismo», los turistas eran considerados embajadores de España (Cals, 1982; Cals, 1990).

Ahora bien, otra de las cuestiones que es interesante remarcar, en relación a su impacto

político, es el cambio en el comportamiento político-electoral de las sociedades afectadas por el turismo.

### 3.5.3.4. Morales

La cuestión del impacto en la conducta moral de las sociedades receptoras es tratado desde el punto de vista del turismo como introductor de comportamientos extraños o malos en el sentido de la sociedad tradicional, paradigma de bondad. El aumento de la prostitución, de los comportamientos criminales y del juego, son mencionados normalmente como peligros asociados al crecimiento turístico.

Otros manuales interpretan el impacto turístico en la moralidad de los receptores en tanto en cuanto las costumbres de tipo sexual devienen laxas y en la aparición de fenómenos de «doble moral», una para los anfitriones y otra para los huéspedes. En este sentido es conocido el llamado *beach boy syndrome* o estimulador de contingencias amorosas con las extranjeras. Provocando todo un cambio de comportamiento, en cadena, sobre la práctica sexual en las sociedades receptoras.

### 3.5.3.5. Religiosos

La religión es una de las causas que provocan un determinado tipo de turismo a los denominados centros religiosos. Jerusalen, La Meca, Roma, Lourdes y otros centros son conocidos, desde la antigüedad como receptores de este tipo de turismo religioso, con múltiples subcentros en todos los países. Las diferentes iglesias han explotado el turismo para su beneficio y como generador de rentas, el pago de entradas para visitar determinados centros o la venta de *souvenirs* bien diversos.

De todas formas, es conocido que el turismo supone un cambio en las costumbres religiosas

de las sociedades receptoras, que se transforman en sociedades menos religiosas, en el sentido de un abandono del culto tradicional por amplios sectores.

Hay que reconocer que las morales tradicionales sufren un fuerte *shock* enfrentadas con comportamientos como el nudismo o el hippismo. Así como que el papel de «cacique» de la comunidad que efectuaba tradicionalmente el representante religioso de la comunidad queda fuertemente erosionado, situando el papel de las creencias religiosas en un plano muy inferior al tradicional.

### **3.5.4. Impacto del turismo en la cultura**

Tradicionalmente, los análisis sobre los impactos culturales del turismo han venido siendo tratados desde la óptica del turismo «cultural» y de los efectos del turismo sobre la cultura material e inmaterial.

#### **3.5.4.1. El turismo cultural**

El turismo cultural viene definido como el turismo atraído por manifestaciones «culturales» de las sociedades receptoras. Se han aislado doce elementos de cultura que atraen turistas hacia destinos particulares o que forman parte de la parafernalia de las guías turísticas sobre los lugares de destino.

- a) Artesanías.
- b) Lenguas.
- c) Tradiciones.
- d) Gastronomía.
- e) Arte y música, incluyendo temporadas de conciertos, museos de pintura y escultura.
- e) Historia de la religión, incluyendo sus manifestaciones visuales, principalmente monumentos.
- f) Tipo de trabajos de los residentes y la tecnología usada.
- g) Arquitectura, dando al área visitada una apariencia distintiva.
- h) Religión, incluyendo sus manifestaciones y lugares visibles.
- i) Sistemas educativos.
- j) Actividades recreativas.

Entendiendo la cultura en sentido más antropológico, el turismo es analizado como un vector de cambio cultural, aunque no el único, ya que otros fenómenos (principalmente, la urbanización y la televisión) son también vectores del cambio. La teoría de la aculturación, cuando dos culturas están en contacto una de ellas tiende a dominar, ha sugerido multitud de estudios. Generalmente en países poco desarrollados en donde el turista forma parte de un mundo que hace sucumbir a los receptores a la llamada «sociedad de la Coca-Cola».

#### **3.5.4.2. Turismo y formas materiales de cultura**

El turismo suele provocar un proceso de cambio en las artes tradicionales.

- a) Desaparecen artes tradicionales que tienen una filiación con profundos sentidos religiosos y míticos.
- b) Crece un producto degenerado pseudo-tradicional, elaborado de forma masiva.
- c) Se recuperan los productos de la fase 1, como reacción a tanto *souvenir*, en forma de artesanos minoritarios y revalorizados.

La ambivalencia del turismo es en este sentido grande ya que, por una parte provoca la destrucción de un mundo artesanal y folclórico y por la otra, como reacción puede ayudar a su renacimiento, cosa que con otras formas de aculturación o de actividad no tendría lugar.

#### **3.5.4.3. Turismo y formas inmateriales de cultura**

Cuando un turista compra un *package* vacacional, compra también cultura. Aunque esta cultura se haya reducido a tres o cuatro estereotipos que le vende el tour-operador en

el folleto que le decidió a comprar tal o cual destino turístico. Espejismos culturales existen en todos los destinos turísticos y tradicionales, festivales o costumbres son transformados en ritos a fenómenos de consumo. Los turistas ven el país de destino en términos de superficialidad pintoresca, de predecible tipismo o exotismo, y los episodios de experiencias de vida local son muy selectivos y comercializados. La brevedad de la estancia aumenta la distorsión de la realidad.

La expropiación de culturas locales y la explotación de sus manifestaciones son fenómenos mundiales no limitados a los países subdesarrollados o del «Cuarto Mundo» (Graburn, 1976). La **comodización** de la cultura, es también evidente en los países muy desarrollados, en los cuales las diferencias entre anfitriones y huéspedes no están marcadas.

La conclusión general es que, si bien en determinados casos el turismo puede funcionar como un estimulador de fenómenos culturales «reales» la mayoría de veces los subyuga y trivializa. El turismo es un medio muy pobre para establecer la comunicación internacional y la preservación y mantenimiento de las formas tradicionales de cultura (Turner-Ash, 1975; Mathieson-Wall, 1988; Krippendorf, 1987).

## 4. El impacto ambiental del turismo

### 4.1. Introducción

La evaluación del impacto ambiental producido por las actividades turísticas es particularmente importante en tanto en cuanto las diversas variables ambientales constituyen

la base y la atracción hacia los diferentes centros turísticos. No es menos cierto que parte de los atractivos turísticos naturales suelen desarrollarse sobre ambientes frágiles, por esto mismo, más vulnerables a la presión humana: pequeñas islas, zonas costeras, áreas alpinas e, incluso, centros de interés histórico o cultural. La necesidad de mantener un entorno ambiental no deteriorado surge modernamente tanto de las preocupaciones ambientalistas, generalizadas socialmente, como de las preocupaciones para salvaguardar los negocios turísticos en las zonas saturadas que tienden a volverse repulsivas por las excesivas presiones ambientales.

### 4.2. Indiferencia, simbiosis y conflicto entre el turismo y el medio ambiente

La dialéctica que se genera entre la actividad turística y el medio ambiente se caracteriza por tres tipos de dinámica en función del diferente nivel de impacto: indiferencia, simbiosis y conflicto.

a) **La indiferencia.** Se produce cuando las actividades turísticas no provocan ninguna transformación o impacto sobre el medio ambiente o éste es inapreciable.

b) **La simbiosis.** Este tipo de interacción se produce cuando el turismo contribuye a la conservación del medio, que es principal recurso para su desarrollo. Esta relación posibilita mantener un rendimiento sostenido del recurso ambiental y, es por tanto, la situación idónea para cualquier actividad humana. (Vera, 1987; Hagget, 1988).

c) **El conflicto.** Se trata de una dinámica perjudicial para ambos participantes —turismo y medio ambiente— resultado de la sobreexplotación o contaminación del medio a causa de actividades relacionadas directa o indirectamente con el turismo. Contradicción

tanto menos explicable cuanto que el turismo se apoya en los recursos ambientales y además es conocido el efecto de que las mejoras en la ecología de las zonas de destino inciden positivamente en la potenciación de la demanda turística. (Denia, 1986; Hidalgo, 1986; Saban, 1985).

### **4.3. Causas y factores de la alteración del medio ambiente por el turismo**

a) Las infraestructuras y equipamientos, los servicios de la oferta turística: alojamientos, vías de comunicación, alcantarillados y el tratamiento de aguas, suministro y generación de energía, zonas deportivas y otros servicios turísticos. Se califican como «macroimpactos» y comportan urbanización y humanización del paisaje (Marchena, 1987).

b) Las actividades de los turistas (paseos, frecuentación de playas, zonas de esquí, navegación, etc.), llamados también «impactos difusos». Menos intensos que los anteriores, pero que pueden alcanzar a zonas más extensas, provocando la alteración de las condiciones ambientales en áreas mayores que las estrictamente dedicadas a los servicios turísticos.

## **4.4. Ambitos del impacto ambiental**

### **4.4.1. El medio acuático**

**4.4.1.1.** Las aguas superficiales continentales están afectadas por modificaciones de usos del territorio. La ocupación de lagunas y albuferas por la construcción de instalaciones, equipamientos o servicios turísticos suponen la desecación o pérdida de vegetación lacustre o de ribera, además de provocar problemas de eutrofización por vertidos incontrolados.

a) Las aguas subterráneas sufren, en gran medida, los problemas de sobre-explotación y

contaminación. La sobre-explotación provoca en los casos de cercanía a la costa, problemas de intrusión salina. Por lo demás los problemas de contaminación por vertidos no controlados son usuales en los centros turísticos de nueva creación.

b) Las aguas marinas litorales reciben los impactos procedentes de la actividad turística del litoral, aguas mal depuradas y, en menor medida, residuos procedentes de instalaciones deportivas. El peligro de polución microbiológica de las aguas litorales, puede provocar a su vez problemas de salud ambiental a los que el turismo es muy sensible. La degradación de las aguas marinas repercute muy negativamente en el propio desarrollo del turismo al reducir el potencial de baño y navegación, uno de los recursos más atractivos.

### **4.4.2. El medio atmosférico**

Resulta afectado, principalmente, por actividades relacionadas indirectamente con la actividad turística, pero sobre las cuales actúa muy directamente la demanda turística.

### **4.4.3. El medio terrestre**

El medio terrestre, la topografía y el suelo son afectados por las obras de infraestructura turística. Vías de comunicación, urbanizaciones, redes de electricidad, etc. La tala, incendio o la sobre-frecuentación de las áreas naturales pueden provocar la destrucción de la cubierta vegetal y por tanto problemas de sobrecompactación y desprotección del suelo.

### **4.4.4. El medio biótico**

De los usos que hace el hombre del territorio, muchos, por no decir que casi todos, provocan rupturas en las dinámicas de las comunidades vegetal y animal. No es el turismo una excepción que provoca, en diferentes estadios, desplazamientos y destrucción de la flora y la fauna (Jordá, 1989; Edington-Edington, 1990).

Las actividades turísticas exceden, normalmente, los límites propiamente urbanos. La frecuentación de áreas naturales de extrema fragilidad (dunas, acantilados, prados, bosques, etc.), provocan la ruptura del equilibrio ecológico (por modificaciones del hábitat) y, consecuentemente, se generan estadios degradativos de las comunidades, permitiendo la intrusión de especies cosmopolitas o ruderales. Las actividades que provocan estos impactos son: el tránsito peatonal o rodado (motocicletas, caballos, *jeeps*) y la frecuentación de áreas naturales por *picnic*, camping, excursionismo, alpinismo, etc.

Además de estos impactos provocados por las actividades turísticas, los núcleos turísticos intensivos provocan a su vez otra tipología de problemas. El caso, por ejemplo, de las «barreras de cemento» frente al mar ocupando gran parte de ecosistemas ricos y frágiles como son los ecotonos entre la tierra y el mar. La introducción de especies para repoblación o para jardinería provocan a su vez desequilibrios en la dinámica ecológica.

Por otra parte, la irrupción del turismo y por tanto la presencia humana en las áreas naturales provoca desequilibrios en las especies salvajes poco acostumbradas a la presencia humana. Como principales consecuencias tenemos el descenso en las tasas de reproducción, dificultad en las actividades de depredación, disturbios diversos, etc.

La fauna resulta mucho más afectada cuando en ciertos casos forma parte del atractivo turístico. De forma radical si es para caza y de otra forma si es para observación. Además de las muertes fortuitas por áreas transitadas por autopistas, autovías, etc.

#### **4.4.5. El medio antrópico**

Desde hace tiempo se ha asumido que los recursos básicos para el turismo son,

predominantemente, atractivos naturales y que el principal riesgo para el medio ambiente es creado primordialmente por un excesivo número de turistas usando estos recursos. Estos atractivos necesitan unas instalaciones, pero el crecimiento de estas instalaciones provoca determinados impactos:

a) El crecimiento y la forma de los centros turísticos suele generar dos modelos de expansión, uno radial a lo largo de las vías de transporte y otro lineal, especialmente en paralelo a lo largo de la costa. Otros subtipos básicos son conocidos (Cohen, 1978; Pearce, 1988 b; Lozato, 1990).

Estos centros provocan determinados impactos en el medio ambiente.

b) Polución arquitectónica. Edificios fuera de las medidas tradicionales del medio ambiente humano que los rodea. Grandes y dominantes construcciones hoteleras fuera de escala. El concepto de polución arquitectónica, tiene similitudes con el de contaminación paisajística o, más sencillamente, degradación del paisaje natural o cultural.

c) Desarrollo en forma de cinta. A lo largo de tramos largos de costa o de valles de montaña, con efecto «barrera».

d) Sobrecargas de la infraestructura. Por las puntas en la alta temporada. Con fallos, contaminación y posibles impactos en la salud.

e) Segregación de los residentes locales. Puede ser de muchas clases; desde el aislamiento del turista en guetos de placer, hasta la segregación de la primera línea para los hoteles y los residentes detrás.

f) Congestión del tráfico. Con formas típicas provocadas en los centros turísticos; problemas de competencia entre paseantes y

motorizados; congestión en puntos claves, accesos a playas, calles comerciales, locales nocturnos, etc. Competencia para aparcar entre residentes y visitantes, etc.

g) Centros turísticos integrados. Problemas particulares causados por centros específicos del tipo «Disneyworld», separados totalmente del ambiente social en el cual se han instalado.

#### **4.5. La capacidad de carga ambiental y la planificación del medio ambiente en zonas turísticas**

La capacidad de carga ambiental es un concepto que pretende expresar el umbral que separa la explotación humana no destructiva de un recurso de la explotación abusiva y a veces irre recuperable (Murphy, 1987; García, 1986). Estos niveles de tolerancia variarán según las características ambientales de cada entorno, son diferentes las tolerancias de una playa, un valle alpino o un bosque. Las características de cada medio pueden variar estacionalmente, variando también su fragilidad. Los cambios en la demanda de ocupación del área turística, si ésta es máxima durante la época de más fragilidad del ecosistema pueden incrementar la conflictividad. Para algunos, la capacidad de carga marcaría el límite de aguante del turista ante la degradación del medio. De todos modos la capacidad de carga tiene que servir para establecer los máximos ocupacionales que acepta un determinado lugar sin provocar cambios significativos en su dinámica original.

Para establecer correctamente los parámetros de capacidad de carga será necesario:

- a) el estudio profundo del sistema
- b) la naturaleza de las actividades o instalaciones propuestas

- c) el signo de las modificaciones provocadas
- d) el establecimiento de la «capacidad de acogida» (García, 1986).

#### **4.6. Estrés ambiental**

El estrés ambiental aparece cuando los niveles de tolerancia (capacidades de carga) del medio y las demandadas de los visitantes (capacidades de acogida) dejan de estar sincronizados.

## MARCO PARA EL ESTUDIO DE TURISMO Y EL ESTRÉS AMBIENTAL

### Actividades estresantes

- 1) Reestructuración ambiental permanente
  - a) Principales actividades, construcción, expansión urbana, redes de transportes, drenajes de marismas, funiculares en la montaña, muros de contención.
  - b) Cambios en el uso del suelo; expansión de los terrenos dedicados a actividades recreativas.
- 2) Generación de desperdicios; urbanización, transporte.
- 3) Actividades turísticas; esquí, paseos, caza, pistas para bicicletas, recolección.
- 4) Efectos sobre la dinámica de la población; crecimiento.

### Estrés

- 1) Reestructuración del medio local; expansión del medio urbano, terrenos ocupados a la agricultura.
- 2) Cargas de contaminación; emisiones, descargas de aguas fecales, generación de residuos sólidos, ruido (tráfico, aviones).
- 3) Compactación de suelos, pisoteo de vegetación, destrucción de especies.
- 4) Aumento de la densidad de población (estacionalmente).

### Respuesta ambiental

- 1) Cambios en el hábitat, cambios en las poblaciones (ecología), cambios en la salud y el bienestar, cambios en la calidad visual (paisaje).
- 2) Cambios en la calidad del medio ambiente; aire, agua, suelo, medio biótico, medio antrópico.
- 3) Cambios en el hábitat y en las poblaciones.
- 4) Congestión; mayor demanda de recursos naturales, mayor demanda de agua, energía.

### Respuesta humana

- 1) Individual: Impacto en los valores estéticos.  
Colectiva: gastos en mejoras ambientales, gastos en la conservación, designación de parques para la conservación de la vida silvestre, parques nacionales, controles de acceso.
- 2) Individuales: Aire acondicionado, reciclaje de materiales, depuración de aguas, protestas y cambios de actitud hacia el desarrollo turístico y hacia el medio ambiente, mayor respeto hacia el medio, descenso en los ingresos por turismo.  
Colectivas: Inversiones para el control de la contaminación, por parte de la administración y de la empresa privada, inversiones en la limpieza y mantenimiento de ríos, playas, valles.
- 3) Inversiones para la conservación del medio, delimitación de parques naturales, controles en los accesos.
- 4) Individuales: Actitudes críticas ante la sobrepoblación y sus efectos en el medio ambiente.  
Colectivas: Aumento de los servicios auxiliares, suministro de agua, energía, depuración.

## 5. Marco general para la evaluación del impacto del turismo

La gran mayoría de estudios sobre los impactos producidos por el desarrollo turístico tratan de casos que ya han sucedido. Es necesario evaluar el impacto antes de que suceda para que la toma de decisiones sea lo más acertada posible (Bouillon, 1990). La mayoría de ejemplos analizados dan una pauta para saber lo que no es conveniente, por tanto es necesario que promotores privados o

institucionales demuestren que la acción propuesta no dañará la calidad ambiental o que los beneficios sociales de la acción excederán a sus costes. La metodología de Potter (Potter, 1978) al ser ampliada y modificada para considerar no sólo el impacto ambiental sino también el social y económico del desarrollo turístico (Pearce, 1988 a) confiere un marco general para su investigación. No sólo puede aplicarse a los proyectos futuros de desarrollo turístico sino también para sistematizar el estudio de los impactos de los que ya se han realizado. Consta de nueve pasos básicos.

### MARCO GENERAL PARA EVALUAR EL IMPACTO DEL TURISMO

1. Examinar el contexto: economía, sociedad y medio ambiente.
2. Pronosticar el futuro, como si no hubiera habido desarrollo turístico.
3. Examinar el proyecto.
4. Pronosticar el futuro, analizando los resultados del desarrollo del proyecto.
5. Identificar las diferencias entre los pasos 2 y 4, en términos cualitativos y cuantitativos.
6. Sugerir medidas para mejorar o para reducir los impactos negativos.
7. Analizar los impactos y comparar las alternativas, si hay disponibles.
8. Presentación de los resultados.
9. Tomar una decisión

## Bibliografía

- Aguiló, E. (1990): «Una estimación de la rentabilidad social del turismo». En *Papeles de Economía Española* (Economía de las regiones españolas n.º 80, pgs. 246-253).
- Bouillon, R. C. (1990): *Planificación del espacio turístico*. Trillas. México.
- Callizo, J. (1989): «El espacio turístico de Chadefaud. Un entrevero teórico: del historicismo al materialismo dialéctico y el sistemismo behaviorista». *Geographicalia*. 2 Epoca. Diciembre. Zaragoza. pgs. 37-44.
- Cals, J. (1974): *Turismo y política turística en España*. Ariel, Barcelona.
- Cals, J. (1990): «La política turística de l'Estat», *Estudis Beleàrics*, 37-38, pgs. 125-132.
- Cazes, G. (1989): *Le tourisme international: mirage ou stratégie d'avenir?* Hatier. París.
- Christaller, W. (1965): «Some considerations of tourism location in Europe: the peripheral regions, underdeveloped countries, recreation areas», *Papers Regional Science Association*, Lund Congress, pgs. 95-105.
- Cohen, E. (1972): «Toward a sociology of international tourism», *Social Research*, 5 (2). pgs. 164-82.
- Cohen, E. (1979): «A phenomenology of tourist experiences», *Sociology*, 13. pgs. 179-202.
- Cohen, E. (1978): «The impact of tourism on the physical environment», *Annals of Tourism Research*, 5, pgs. 215-237.
- Doxey, G. V. (1975): «A causation theory of visitor-resident irritants: methodology and research inferences». *Proceedings of the Travel Research Association*, pgs. 195-8.
- Denia, A.-Hidalgo, M. (1986): «Problemática de la actividad turística: análisis de impactos», en *Ecología, economía y turismo en el Mediterráneo*. Ayunt. Benidorm-Univ. de Alicante. Alicante.
- Dewailly, J. M. (1990): *Tourisme et aménagement en Europe du Nord*. Masson. París.
- Díaz Álvarez, J. (1987): *Geografía del turismo*. Síntesis. Madrid.
- Edington, J. M.-Edington, M. A. (1989): *Ecology, Recreation and Tourism*. Cambridge U P. Cambridge.
- Fernández Fuster, L. (1991): *Historia general del turismo de masas*. Alianza Universidad. Madrid.
- Fernández Fuster, L. (1991): *Geografía general del turismo de masas*. Alianza Editorial. Madrid.
- Figuerola, M. (1976): «Turismo de masas y sociología: el caso español», *Travel Research J.*, pgs. 25-38.
- Figuerola, M. (1985): *Teoría económica del turismo*. Alianza Editorial. Madrid.
- Fuster, L. F. (1974): *Teoría y técnica del turismo*. Editora Nacional. Madrid.
- García, L. (1986): «La actividad turística en relación con la capacidad de acogida del territorio», en *Ecología, economía y turismo en el Mediterráneo*, Ayuntamiento de Benidorm-Universidad de Alicante. Alicante.
- Gaviria, M. (1978): «Los procesos de decisión en la producción y consumo del espacio y tiempo turísticos». *Información Comercial Española*, n.º 53.

- Graburn, N. H. (1976): *Ethnic and Touristic Arts: Cultural Expressions from the Fourth World*. University of California Press. Berkeley.
- Hagget, P. (1988): *Geografía. Una síntesis moderna*. Omega. Barcelona.
- Jordà, C. (1989): "Consideracions sobre l'impacte i les mesures correctores", en *Obra Pública*, 11, pgs. 12-25.
- Jurdao Arrones, F. (1979): *España en venta. Compra de suelos por extranjeros y colonización de campesinos en la Costa del Sol*. Ayuso. Madrid.
- Jurdao Arrones, F. (1990): *España, asilo de Europa*. Planeta. Barcelona.
- Jurdao Arrones, F. (Editor) (1992): *Los mitos del turismo*. Endymion. Madrid.
- Kadt, E. de (1980): *Tourisme: passeport pour le développement?* Banco Mundial-Unesco. París.
- Krippendorf, J. (1987): *Les vacances et après? Pour une nouvelle compréhension des loisirs et des voyages*. L'harmattan. París.
- Krippendorf, J. (1982): "Toward new tourism policies. The impact of environmental and sociocultural factors". *Tourism Management*, n.º 3.
- Languar, R. (1991): *La economía del turismo*. Oikos-tau. Barcelona.
- Languar, R. (1985): *Sociologie du tourisme et des voyages*, PUF. París.
- Lozato-Giotart, J. P. (1990): *Geografía del Turismo*. Masson. Barcelona.
- Lozato-Giotart, J. P. (1990 b): *Méditerranée et Tourisme*. Masson. París.
- Lozato-Giotart, J. P. (1987): *L'impact du tourisme dans les grans deltas méditerranéens*. UGI-G. Tourisme. Ofic. Tourisme Tunissienne, pgs. 245-250.
- Lundgren, J. O. J. (1972): «The development of tourist travel systems a metropolitan economic hegemony par excellence», *Jahrbuch für Fremdenverkehr*, 20, pgs. 86-120.
- Marchena, M. (1987): *Territorio y turismo en Andalucía*. Junta de Andalucía-Dirección General de Turismo. Sevilla.
- Marchena, M. (1983): Un análisis de los recursos turísticos andaluces, en *Revista de Estudios Regionales*. Málaga, pgs. 169-208.
- Mathieson, A.-Wall, G. (1988): *Tourism. Economic, physical and social impacts*. Longman. Essex. 208 p. (En español, Trillas, México).
- Mc Intosh-Goeldner (1986): *Tourism*. Wiley, Nueva York.
- Michaud, J. L. (1983): *Le tourisme face à l'environnement*. PUF. París.
- Miossec, J. M. (1977 a): "Un modèle de l'espace touristique", *L'espace géographique*, 1, pgs. 41-48. París.
- Miossec, J. M. (1977 b): "L'image touristique comme introduction a la géographie du tourisme", *Annales de Géographie*, 173, pgs. 55-70. París.
- Mlenkova, J. (1985): "Los impactos sociológicos del turismo", *Revista de Estudios Regionales*. Pgs. 63-77.
- Murphy, P. E. (1987): *Tourism. A community approach*. Methuen. New York/London.
- Muscara, C. (1983). *Gli sapzi del turismo*. Patron. Bologna.

- O.C.D.E. (1980): *The Impact of Tourism on the Environment*. París.
- Paskof, R. (1985): *Les littoraux. Impacts des aménagements sur leu évolution*. Masson. París.
- Pearce, D. (1988 a): *Desarrollo turístico. Su planificación y ubicación geográficas*. México. Ed. Trillas.
- Pearce, D. (1988 b): *Tourism Today. A Geographical analysis*. Longman. Essex.
- Picornell (1978): *El turisme com articulador de la dependència econòmica*. CES Gabriel Alomar, pgs. 4-37.
- Picornell, C. (1986): "Turismo y paisaje en las islas Baleares", en *Contemporary Ecological and Geographical problems of the Mediterranean*, IGU. Palma.
- Picornell, C. et alter (1989): "La imagen turística como introducción a la Geografía del turismo en Baleares: las guías turísticas", *XI Congreso Nacional de Geografía*, AGE. Madrid.
- Plog, S. C. (1973): «Why destination areas rise and fall in popularity», *Cornell HRA Quarterly*, Noviembre, pgs. 13-26.
- Potter, A. F. (1978): «The methodology of impacts analysis», *Town and Country Planning*, 46 (9), pgs. 400-44.
- Rozemberg, D. (1981): "Tourisme de masse et culture locale", *La Documentation Française*, 423, pgs. 23-35.
- Saban, A. (1985): "La destrucción ambiental del turismo: causas y perspectivas", en *Revista de Estudios Regionales*, Extra. Vol VI.
- Salva, P. A. (1989): "Competencias espaciales entre agricultura y turismo". *Treballs de Geografia*, n.º 41. Palma. pgs. 81-93.
- Segui, J. M.-Petrus, J. M. (1991): *Geografía de redes y sistemas de transportes*. Síntesis. Madrid.
- Selke, A. C. (1936): «Geographic aspects of the German tourist trade», *Economic Geography*, 12, pgs. 206-16.
- Smith, V. L. (1977): *Hosts and Guests: the anthropology of tourism*, University of Pennsylvania Press, Philadelphia. (En español: Endymion, Madrid).
- Smith, S. J. (1983): *Recreation Geography*. Longman. Londres.
- Turner, L.-Ash, J. (1975): *The Golden Hordes: international tourism and the pleasure periphery*. Londres. Constable. (En español: Endymion. Madrid).
- Unesco (1975): «The effects of tourism on socio-cultural values», *Annals of Tourism Research*, 4 (2), pgs. 74-105.
- Valenzuela, M. (1986): "Turismo y territorio. Ideas para una revisión crítica de las prácticas espaciales del turismo". *Estudios Turísticos*, n.º 90, Madrid. pgs. 45-56.
- Vera, F. (1987): *Turismo y urbanización en el litoral alicantino*. Instituto de estudios Juan Gil Albert/Diput. de Alicante. Alicante.
- Wackerman, G. (1988): *Le Tourisme international*. Armand Colin. París.
- Walmsley, D. J.-Lewis, G. J. (1985): *Human Geography. A Behavioral approach*. Longman, Londres-Nueva York.
- Williams, T. A. (1979): "Impact of tourism on host population: the evolution of a model", *Tourism Recreation Research*. Diciembre.