

PAPERS DE TURISME

INSTITUT TURÍSTIC VALENCIÀ (ITVA)

No. 11. 1993

Relaciones entre la implantación turística y el espacio agrario del litoral survalenciano

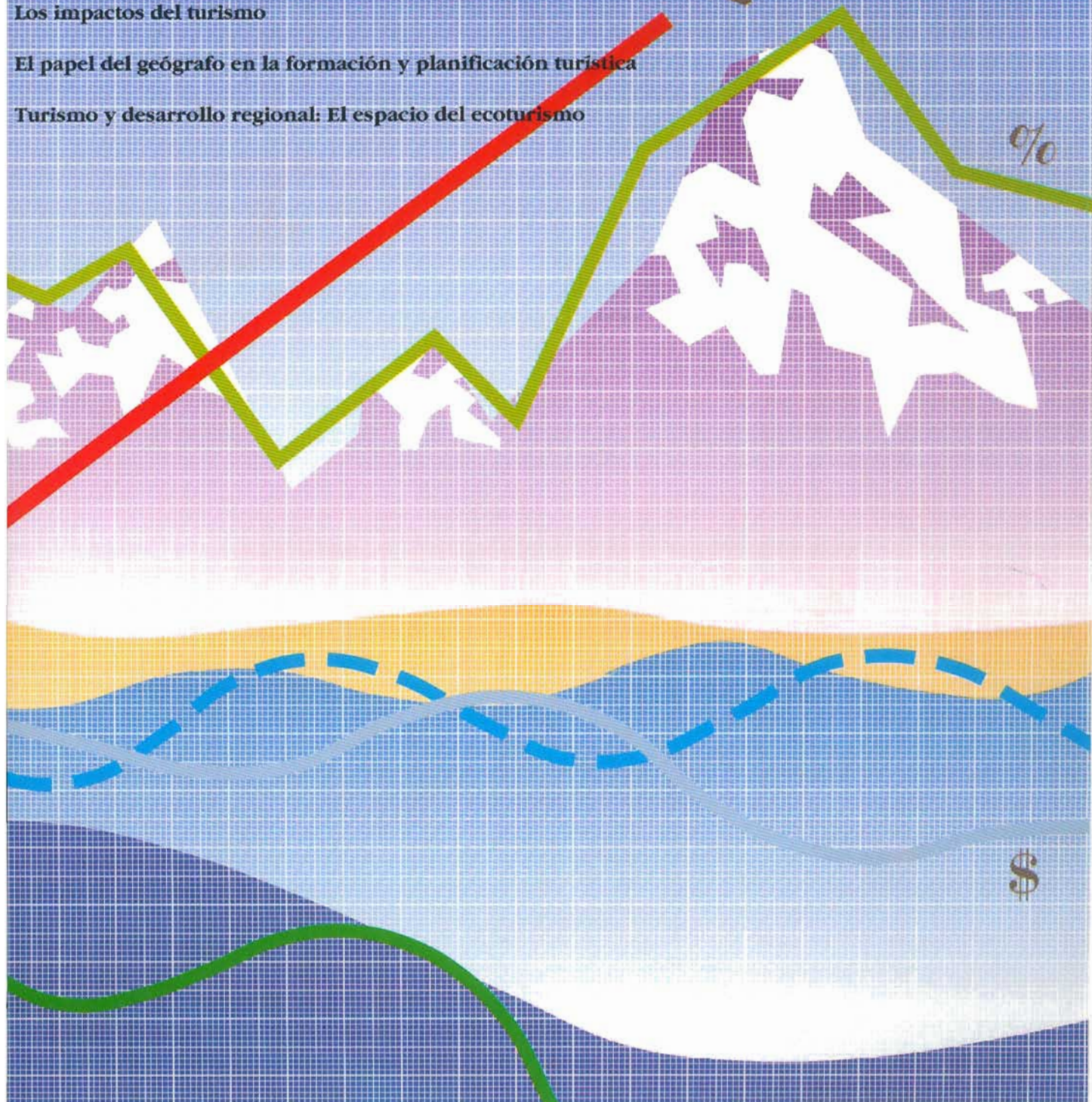
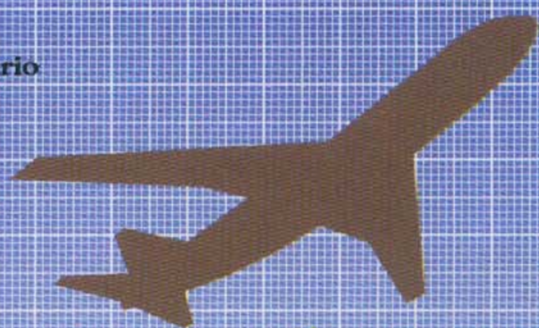
Consideraciones sobre la reordenación y revitalización de núcleos turísticos. Revisión de procesos y experiencias

Modalidades turísticas y tipologías de espacios turísticos

Los impactos del turismo

El papel del geógrafo en la formación y planificación turística

Turismo y desarrollo regional: El espacio del ecoturismo



Papers de Turisme

**Institut Turístic Valencià
(ITVA)**

Avda. Aragón, 30-8.^a
46021 Valencia (España)
Tel. (96) 398 60 00
Fax. (96) 362 55 50

Papers de Turisme

está publicado por el
Institut Turístic Valencià
(ITVA),
ente público de la
Generalitat Valenciana
adscrito a la Conselleria
d'Indústria, Comerç i
Turisme.

Suscripciones

Para suscripciones o
ejemplares sueltos póngase
en contacto con
Distribución del Área
Económica y de
Organización del Institut
Turístic Valencià (ITVA)
Avda. Aragón, 30-8.^a
46021 Valencia
(ESPAÑA).

Papers de Turisme

Los artículos
publicados en Papers
de Turisme expresan
exclusivamente la
opinión de los autores.

Indice

N.º 11

Papers de Turisme
Publicado por el Institut
Turístic Valencià

Avda. Aragón, 30-8.^a
46021 Valencia (España)

Editorial	<u>5</u>
Relaciones entre la Implantación Turística y el Espacio Agrario del Litoral Survalenciano J. Fernando Vera Rebollo	<u>7</u>
Consideraciones sobre la Reordenación y Revitalización de Núcleos Turísticos. Revisión de Procesos y Experiencias Salvador Antón Clavé	<u>33</u>
Modalidades Turísticas y Tipologías de Espacios Turísticos F. López Palomeque	<u>49</u>
Los impactos del turismo Climent Picornell	<u>65</u>
El Papel del Geógrafo en la Formación y Planificación Turística Diego López Olivares	<u>93</u>
Turismo y Desarrollo Regional: El espacio del Ecoturismo Manuel J. Marchena Gómez	<u>111</u>

© 1992 ITVA ISSN 0214-8021
Depósito Legal: V - 2046 1989

Fotocomposición e Impresión:
S.A. ROIG IMPRESORES

Editorial

La evolución de la actividad turística en los últimos años ha ido exigiendo el compromiso multidisciplinar de investigadores y estudiosos, de manera que puedan atenderse las distintas facetas que confluyen en un desarrollo equilibrado del turismo en el espacio, tanto físico como económico.

En respuesta a esta necesidad, traemos a las páginas de PAPERS DE TURISME los resultados de la constitución en Castellón en septiembre de 1992 del Grupo de Trabajo: Geografía del turismo, ocio y recreación, nacido dentro de la Asamblea General de la Asociación de Geógrafos Españoles.

La elección de la ciudad que acogió el alumbramiento de este Grupo de Trabajo, así como el interés del Institut Turístic Valencià (ITVA) por estas iniciativas, como lo demuestra el hecho de que el ITVA asistió a las jornadas constitutivas, explican la decisión de dedicar monográficamente este número de PAPERS DE TURISME, a tal experiencia.

A su vez la revista, desea abrirse a las colaboraciones y afanes investigadores de estudiosos procedentes de distintas especialidades, pues, como se manifestaba

anteriormente, el turismo y su potenciación o defensa, exige el consenso y compromiso de un amplio grupo de profesionales.

Esa es la filosofía que desde el ITVA se profesa, profundizar en un mayor y mejor conocimiento de todo aquello que favorezca o relance un progreso de la actividad turística, finalidad plenamente coincidente con el objetivo general del Grupo de Geografía del turismo, ocio y recreación. Así, destaca en este Grupo de Trabajo su propósito por incrementar la práctica científica, la cual a pesar de los importantes avances experimentados en los últimos años, aún no es equiparable a las necesidades socioeconómicas que plantea el actual desarrollo turístico. De ahí que las expectativas giren en torno a una actitud abierta a las diferentes temáticas y situaciones de más difícil éxito, tales como la ordenación y reordenación de áreas, aspectos relativos al ocio en distintos espacios, formación, impactos sectoriales, etc.

Estos planteamientos del Grupo de Trabajo compuesto por docentes universitarios de la Geografía especializados, desde el enfoque de esta disciplina, en la óptica turística, evidencian una concienciación y un creciente

interés por alcanzar un compromiso con la sociedad turística, cuya participación es también necesaria para que iniciativas como la presente culminen con los resultados apetecidos.

De esta labor, cabe al menos, considerar dos vertientes que se extraen de la planificación elaborada internamente por el Grupo. Por un lado, se sientan los cimientos para alcanzar una estructura capaz de transmitir estas investigaciones geográficas, pues de lo contrario quedarían en meros ejercicios universitarios, sin un reflejo aprovechable por los profesionales y trabajadores de la actividad turística y por todos aquellos cuya responsabilidad y decisiones afectan al sector turístico, sin olvidar el conjunto de los ciudadanos, receptores finales de los beneficios que pueden aportar iniciativas como la presente.

Por otro lado, es deseo del Grupo tratar de incorporar progresivamente y de manera plena los estudios de turismo dentro de nuestras Universidades. La respuesta a tal propuesta, desde la Comunidad Valenciana, es el proyecto de licenciatura en turismo con el que está trabajando la Universidad de Alicante, a través del profesor J. Fernando Vera, miembro a su vez de este Grupo.

Finalmente, PAPERS DE TURISME, quiere agradecer la gentileza del Grupo de Trabajo: Geografía del turismo, ocio y recreación, y muy especialmente de los profesores que han cedido sus contribuciones al Congreso fundacional del Grupo, y que configuran la entrega de este número 11 de nuestra revista. No queremos dejar de mencionar el incansable esfuerzo de coordinación de los trabajos, que definitivamente figuran en esta entrega, del profesor de la Universitat Jaume I de Castellón, Diego López Olivares, que de manera entusiasta ha facilitado la tarea

editorial, sin hacerle partícipe de ningún aspecto que no corresponda al acierto y fidelidad que PAPERS DE TURISME ha mantenido hacia los originales de las ponencias.

El eco que el ITVA se ha hecho en este número de un evento que fructifica en el mundo de la geografía, queda abierto a otras experiencias y a cuantos investigadores entiendan como útil el conducto de PAPERS DE TURISME para difundir sus reflexiones y preocupaciones universitarias, docentes y de cualquier índole para el público al que dirigimos esta modesta contribución. PAPERS DE TURISME pretende ser vehículo de difusión e intercambio en el área de turismo, dado que entre nosotros se adolece todavía de escasos elementos que favorezcan una adecuada concienciación de las oportunidades que el sector turístico ofrece desde una posición de rigor científico, que favorecerá actuaciones más acordes a las exigencias reales del entorno y de los diferenciados negocios que configuran esta actividad.

Relaciones entre la Implantación Turística y el Espacio Agrario del Litoral Survalenciano

* J. Fernando Vera Rebollo

Resumen:

La construcción del espacio turístico valenciano guarda una estrecha relación con la estructura agraria preexistente, hasta el punto de que las diferencias entre áreas, en cuanto al modo de ocupar el suelo y generar la oferta turística, se justifican sobre la base de distintos sistemas agrarios que condicionan la organización territorial.

Pero estas relaciones, dado el enorme protagonismo del sector inmobiliario en la creación de la oferta, trascienden los aspectos morfológicos y afectan a la asignación de recursos naturales, al mercado de trabajo y a la polarización de inversiones públicas y privadas.

Se plantea la necesidad de establecer soluciones, por la vía de la planificación del uso del suelo y la gestión racional de los recursos, que permitan rentabilizar la complementariedad entre actividades y espacios productivos.

PAPERS DE TURISME, 11, pp. 7-32, 1993

*J. Fernando Vera Rebollo
Catedrático de Análisis Geográfico Regional
Universidad de Alicante y Director del Curso de
Postgrado «Experto Universitario en Turismo»

Relaciones entre la Implantación Turística y el Espacio Agrario del Litoral Survalenciano

J. Fernando Vera Rebollo

1. Introducción y marco teórico

El turismo y la agricultura constituyen dos pilares básicos entre los factores de especialización productiva del arco mediterráneo, espacio que se identifica con uno de los ejes o corredores más dinámicos del conjunto regional europeo (Pedreño Muñoz, 1989). Ambas actividades, especialmente desde el decenio de los sesenta, cuando el turismo se configura como verdadero sector productivo y la agricultura tiene que hacer frente a un proceso de modernización y transformación —ante el agotamiento del modelo tradicional—, han evolucionado con evidentes relaciones, que atañen a distintos aspectos (uso del suelo, utilización de recursos básicos, capital, mercado de consumo, mercado de trabajo), pero que, por su coincidencia espacial, suscitan competencias, que suelen concluir con la supeditación de la agricultura al turismo (Salva, 1987).

Los conflictos derivan de una lucha entre dos actividades con potenciales muy desequilibrados, lo que remite de lleno a un aspecto de las interferencias entre el mundo rural y el urbano, ya que, en definitiva, el turismo es «la dispersión de la ciudad (...) en el campo» (Rambaud, 1969) y «se inscribe en la teoría general de la urbanización» (Pizzorno, 1962), si bien su peculiaridad estriba en que se urbaniza, pero no se hace ciudad (Esteban i Noguera, 1981).

No extraña pues que del conjunto de manifestaciones que derivan de la relación entre agricultura y turismo —en su vertiente de producción y consumo de suelo— la competencia entre ambas actividades haya sido el aspecto que mayor atención ha merecido: aunque los restantes temas citados tienen gran importancia y proyección espacial implícita o explícita (López Palomeque, 1987).

A lo largo del presente trabajo se aportan algunos resultados de la investigación llevada a cabo en el litoral sur de la Comunidad Valenciana, desde la intrínseca conexión entre las actividades económicas y su afectación espacial, en un ámbito geográfico donde las relaciones entre agricultura y turismo manifiestan las contradicciones que derivan de la ausencia de definición de un modelo territorial, en el que se establezcan criterios de ordenación global de usos del suelo; de manera que el modelo territorial actual es la consecuencia de una organización tradicional del espacio, a la que se sobreponen actuaciones sectoriales descoordinadas y planteamientos municipales yuxtapuestos.

Del mismo modo se aportan datos que demuestran el carácter de organización espontánea del espacio turístico valenciano, cuya masividad es el resultado de la correlación negativa con la base agraria preexistente. Se plantea, por tanto, la necesidad de una adecuada asignación de usos al suelo y de recursos básicos, señalándose ámbitos de especialización y reafirmando, en el momento actual, la necesidad de especializar el litoral turístico valenciano.

El afán de búsqueda de una lógica territorial, pensamos, puede ser una aportación interesante desde la Geografía, cuando se dispone de un conocimiento de síntesis del territorio y de los procesos que lo organizan. Por lo demás, el ámbito de trabajo, una franja

costera de alrededor de 300 km, seleccionada a propósito con una evidente diversidad, tanto en las condiciones físicas como en la organización humana del espacio, que permite hablar de medios diversificados, aporta suficiente entidad y permite extraer conclusiones para el objetivo propuesto, centrado en la competencia entre las dos actividades económicas más importantes que organizan este territorio.

Es cierto que las manifestaciones y procesos de estas relaciones que se establecen varían sustancialmente de unas zonas a otras, aunque, por lo general, el resultado es la transformación del uso del suelo y la desarticulación de la sociedad rural, ya que algunos efectos no consisten en la ocupación de tierras de cultivo, pero sí implican su abandono. Hecho que lleva a algún autor a afirmar que «el impacto negativo del turismo sobre la agricultura no habría que buscarlo precisamente en la detracción de tierras, sino más exactamente en el desmontaje de la sociedad tradicional (...) y la pérdida de control por parte de los autóctonos de sus términos y tierras» (Marchena, 1987).

Sobre el aspecto particular de las competencias espaciales, derivado del proceso de urbanización, López Palomeque (López Palomeque, 1987) sintetiza los resultados de que se dispone para el Estado español, donde se pone de manifiesto que una buena parte de la superficie de regadío consumida se localiza en Madrid y Levante. Es decir, no es sólo el turismo el agente de ocupación del suelo agrícola, ya que otras actividades, derivadas del crecimiento urbano, industrial y del trazado de infraestructuras, tienen un papel esencial, hecho que plantea la diversidad regional y la diferente naturaleza del problema.

Así, en el caso valenciano, los efectos de la expansión del área metropolitana de Valencia y

del crecimiento de las principales ciudades, se combina con la eclosión turístico-residencial y las infraestructuras, para justificar la contracción del suelo cultivado.

2. La relación entre turismo y agricultura en el litoral mediterráneo

2.1. Los términos del problema

Como marco general, se ha señalado la polarización económica y espacial que presentan la agricultura y el turismo en el arco costero mediterráneo (Salva, 1987), hecho que implica procesos de competencias en diferentes aspectos, destacando esencialmente la dimensión espacial del problema, referida a los conflictos por el uso del suelo. En consecuencia, las diferencias regionales observadas se fundamentan en la diversidad de sistemas agrarios y, en suma, en la configuración física y organización espacial preexistente al proceso de implantación del turismo.

Se habla de capacidad de reacción de la agricultura ante el proceso urbanizador turístico, en relación con la presencia de tres factores, que podrán actuar como condicionantes de la situación de crisis a que se ve abocada la agricultura o justificar, en el caso opuesto, el mantenimiento de la actividad agraria (Salva, 1987).

a) Debe valorarse, en principio, la intensidad de la actividad agraria, en términos de rentabilidad por valor de uso, lo que significa capacidad de resistencia frente a la expansión turística. No es extraño que el turismo colonice, al menos inicialmente, espacios de reducido o nulo valor productivo, contribuyendo a una sectorización natural de usos que se irá comentando en adelante.

b) La influencia de la estructura agraria es determinante en los procesos de cambio o mantenimiento del uso agrario del suelo. Pesa esencialmente la distribución de la propiedad de la tierra, tema en el que se han realizado aportaciones donde se demuestra la relación entre gran propiedad agrícola y promoción inmobiliaria (Jurdao, 1979; Gómez Moreno, 1983; Domínguez Rodríguez, 1985; Ferré Bueno, 1985; Justicia y Escudero, 1985; Canales y Crespo, 1987; Vera, 1990 y 1987). Se conocen las dificultades que zonas de pequeña propiedad plantean para las actuaciones urbano-turísticas, sobre todo cuando se intentan configurar asentamientos según el modelo de urbanización particular, por la vía del planteamiento parcial, que exige superficies mínimas en suelo urbanizable. La diferencia es notable entre espacios muy fragmentados y dominio de gran propiedad, y se puede afirmar que la gran propiedad favorece la promoción de conjuntos residenciales. El área analizada en el presente trabajo ofrece buenos ejemplos que permiten contrastar lógicas diferenciadas en el espacio, en relación con la propiedad de la tierra y el grado de compromiso de los agentes sociales en la venta del recurso suelo.

c) El mismo proceso de desarrollo del turismo y sus ciclos tienen un evidente reflejo en la capacidad de respuesta de la agricultura. Señala al respecto García Manrique que se debe valorar la agresividad del turismo o su menor ímpetu, junto a la facilidad o resistencia de la sociedad agrícola tradicional ante su liquidación o transformación. Así, en la primera fase de implantación turística en el litoral, las áreas de regadío permanecieron al margen de la urbanización; pero no lograron resistir el disparo inmobiliario del último quinquenio, que coincide además con las dificultades encontradas por la agricultura de exportación en el periodo transitorio de España en la CEE.

Junto con la presión inmobiliaria en el suelo productivo, se deben valorar otros aspectos, entre los que destaca la influencia del turismo en el mercado de trabajo, ya que la alternativa de empleo acaba por generalizar la agricultura a tiempo parcial, sistema que se ha mostrado, en nuestro caso, como transitorio hacia el abandono y pérdida de rentabilidad del campo.

Estos aspectos se podrán comprobar en el apartado relativo a la nueva organización espacial, donde se refleja la evolución del territorio impactado por el turismo y, en consecuencia, las fases de competencia con la agricultura. No obstante, conviene matizar que en los casos donde la agricultura resiste al empuje del turismo, no se produce una simbiosis, que comporte beneficio mutuo en el mercado de oferta y demanda de productos agrícolas (Salva, 1987), sino que cada actividad evoluciona con su propia lógica, territorial y económica; de un lado el espacio turístico y de otro la agricultura, que suele ser de exportación (Andrés Sarasa, 1987; López Palomeque, 1987, entre otros). Por el contrario, las áreas que se benefician de esta posibilidad de mercados de consumo y trabajo son las periferias o espacios complementarios que genera la especialización turística, situados en el interior de la comarca o región afectada.

2.2. Algunas experiencias

A partir de una sistematización de los trabajos realizados sobre el tema, por otros autores, para distintas áreas del arco mediterráneo, aparecen unos problemas básicos y generalizables para el conjunto mediterráneo.

— La contracción del espacio cultivado afecta esencialmente a tierras marginales y de escaso valor agrícola, aunque la presión más intensa de los promotores en determinados momentos y con lógicas concretas, condiciona la pérdida de superficies regadas.

— La disminución de la población activa agraria libera, en principio, de excedentes el campo y facilita su modernización allí donde ésta se ha podido llevar a cabo. Pero en la actualidad el envejecimiento y la imposibilidad de renovación es la nota dominante que conduce a una crisis irreversible.

— Las estrategias de los agentes sociales, con intereses en la propiedad del suelo, se han encaminado a las expectativas de rentabilización a corto plazo, relacionadas con la urbanización, labor a la que contribuye el planeamiento, interpretado como instrumento de promoción inmobiliaria.

— No obstante, cuando la agricultura constituye un sector seguro y rentable, con fuerte capitalización, no ha habido intenciones de pasar a otra actividad más problemática y que supone la venta del suelo, lo que justifica «retrasos en materia turística». Situación que también ha variado con las dificultades encontradas por la agricultura de exportación en el periodo transitorio de la CEE y la dinámica de la especulación inmobiliaria en el último quinquenio.

— En aquellos lugares donde la agricultura y el turismo evolucionan según sus propias lógicas, se plantea la conveniencia de articular medidas de complementariedad e integración; temas como el reciclaje de aguas residuales, el mercado de consumo o la alternancia en el mercado de trabajo han sido apuntados al respecto.

En estas coordenadas se plantea el estudio del litoral survalenciano, donde se advierten diferencias, pero, adelantando conclusiones, se subrayan determinados rasgos de los anteriormente señalados para el Mediterráneo español.

3. El turismo y la transformación de los espacios agrarios del litoral

3.1. Una caracterización de los paisajes agrarios del litoral

El impacto que ha producido el turismo en la desorganización, o liquidación del espacio agrícola o en su remodelación, depende estrechamente del componente más o menos agresivo del fenómeno turístico urbanizador (García Manrique, 1981), que supone a la vez diferentes modelos de ocupación. Pero también influye en la nueva situación el papel de la estructura preturística, es decir, la facilidad o resistencia que la sociedad agrícola presenta a su transformación.

Esta doble vertiente del estudio, impacto del turismo y evolución y situación de la agricultura, permite interpretar la nueva organización del espacio, ya que de ella depende la intensidad de la transformación o el mantenimiento del sistema productivo agrario, más o menos modernizado. Hasta tal punto es así que la explicación al espacio turístico litoral, su distribución y configuración, hay que buscarla en la estructura agraria preexistente al desencadenamiento del turismo como actividad económica.

Con esta finalidad es importante valorar el tipo de agricultura que existía antes del turismo y ver cómo evoluciona en cada caso. Basta señalar al respecto que la ocupación turística del litoral es masiva y excluyente desde los años sesenta en la comarca de La Marina, con un núcleo central en Benidorm. Hacia el sur, la ocupación de la costa se realiza en asentamientos de grandes proporciones, pero más dispersos, sobre una estructura de grandes explotaciones semiabandonadas, situación que también cambia en el último quinquenio.

Hacia el norte, en dirección a Gandía el turismo limita su implantación a Ordenaciones de Playa, que se estructuran en forma de ensanches, con bloques en altura, y se disponen al margen de la estructura de los núcleos tradicionales. En estos casos el espacio turístico aparece constreñido por el área cultivada —naranjal— y su avance se incrusta en diminutos parcelarios. En conjunto, una diversidad que atañe a los sistemas agrarios contrastados que se pretende caracterizar, ya que la realidad turística de la costa ha sido objeto de atención en otros de nuestros estudios, que utilizamos como marco de referencia y apoyo (Vera Rebollo, 1987, 1990, 1992).

El conjunto del litoral analizado, entre La Safor y el límite meridional de la Comunidad Valenciana, presenta tres grandes tramos, uno al norte, dominio de la llanura e inserto en la agricultura de exportación valenciana. Otro sector ocupa la parte central, donde la escasez pluviométrica y las elevadas temperaturas, junto con la topografía abrupta y la falta de suelos fértiles, han configurado desde época histórica sistemas agrarios extensivos, centrados en una arboricultura de escasas exigencias hídricas, junto con el viñedo y algún aprovechamiento cerealista, pero con la xeroterminia más acentuada y estructurado sobre glaciares recubiertos de costra calcárea. Así, la superación del déficit hídrico y la transformación del suelo se convierten en objetivos para la puesta en valor de un amplio dominio, donde los mismos factores que justificaron su escaso interés para el cultivo de subsistencia, se convierten, desde los años setenta, superado el déficit hídrico mediante recursos alóctonos (trasvase), en factores propios de una agricultura extratemprana que se consolida en mercados exteriores.

A grandes rasgos, los procesos de cambio experimentados se fundamentan en el binomio

entre secano y regadío, con el que se relaciona directamente la estructura de la propiedad, la rentabilidad del cultivo y la misma capacidad de modernización de la agricultura, aunque esta última se encuentra condicionada por la disponibilidad de recursos hídricos y por el grado de implantación del turismo, desde los años sesenta. Así, en los espacios de agricultura mediocre, que constituyen una base pobre para la economía, cuando se produce la crisis de la agricultura tradicional, la alternativa se busca por dos vías distintas; en unos casos se produce el vuelco definitivo hacia la urbanización turística (La Marina), mientras que en otros tiene lugar la transformación agraria en combinación con un proceso de urbanización centrado en la costa y en los núcleos preexistentes (caso del litoral sur).

3.2. Crisis de la agricultura tradicional e inicio de los procesos de cambio

La crisis de la agricultura tradicional sobreviene a finales del decenio de los cincuenta, con el fin de la autarquía económica, e impulsa a la eliminación y sustitución de los cultivos de subsistencia, así como al abandono de explotaciones marginales, cuya justificación económica dependía del exceso de población en áreas agrícolas, atenuado por la válvula de escape que constituía la emigración. El despegue de la industrialización, en el mercado del desarrollo económico, y el éxodo rural consiguiente, motivan la quiebra definitiva de un sistema basado en la autosuficiencia y en la abundancia de mano de obra (Romero González, 1989).

En este contexto, las agriculturas de la fachada Este peninsular presentaban un claro contraste, asimilado a grandes rasgos con los regadíos de las huertas litorales y vegas

aluviales, áreas donde se asentaba desde el primer tercio de siglo la citricultura y, por extensión, las agriculturas de exportación, integradas en los esquemas de comercialización y afianzadas en el abundante capital humano de estos espacios. En el extremo contrario, los secanos, aunque con excepciones, aparecían bastante más vinculados a la autosuficiencia, y se sustentaban en el mantenimiento de las aparcerías, hecho que suele guardar una estrecha relación con la estructura de la propiedad. Entre las excepciones era notable el viñedo de La Marina y El Marquesat, que sustentó un importante comercio, pero que acabaría en una crisis irreversible, con la pérdida de mercados y de ventajas comparativas.

Sobre esta estructura dual, sinónimo de productividad y rentabilidad agraria contrastadas y, por ende, de intensidad del poblamiento, la crisis señalada tendrá salidas y efectos dispares. Así, para los regadíos tradicionales, dominio de la pequeña propiedad, con características de explotación muy intensivas, la apertura política y la internacionalización afianzan su tradicional integración en los circuitos de economía de mercado, con lo que se ve además favorecida la introducción de *inputs* externos en el sector (Leal, Leguina y otros, 1975); en consecuencia son áreas donde los cambios se orientan a la mejora de la rentabilidad, incluso la pérdida de población activa beneficia la mecanización. No obstante, se perfilaban otros problemas estructurales que acabarían produciendo, ya en el decenio de los ochenta, la crisis del regadío tradicional; temas como el umbral mínimo dimensional de las explotaciones familiares, las deficiencias en la comercialización y el equilibrio varietal de las producciones, e incluso la competencia planteada a los espacios citrícolas del llano litoral por las modernas plantaciones realizadas en laderas aterrazadas.

En los espacios de secano con menor rentabilidad, el primer efecto de la crisis del sistema tradicional se asocia a la liquidación de las aparcerías y al abandono del campo por parte de la población asalariada, que se concentra en las ciudades y áreas industriales. Casos como el de Elche sobre las comarcas meridionales son bastante significativos. Así, el abandono de la tierra se convertirá en única vía para algunas zonas, especialmente cuando faltan iniciativas de transformación y capitalización, que deberían orientarse a la ampliación del regadío y a la introducción de nuevos cultivos más acordes con la cualificación de la demanda (García Delgado y Muñoz Cid, 1989).

No es menos cierto que en determinadas áreas las expectativas de transformación están absolutamente limitadas por la falta de recursos hídricos —superficiales y subterráneos— y la deficiente calidad agrológica de las tierras. En consecuencia, bastantes de éstas áreas, incluso las que contaron con cultivos rentables, ahora en declive, como el viñedo, quedarán expuestas a la presión inmobiliario-turística que se desencadena paralelamente a la transformación de las estructuras socioeconómicas del país. La nueva dedicación económico-territorial que tiene como motivo esencial los mismos factores que actuaron como rémora para el desarrollo de la agricultura, es decir, las temperaturas elevadas y la escasez de precipitaciones, presenta una afectación selectiva en el territorio, condicionada por la respuesta de las estructuras agrarias; de manera tal que las áreas de secano con menor productividad, junto con los espacios forestales, serán los espacios privilegiados para la promoción turística, mientras que los sectores de regadío mantendrán su función productiva, con algunas matizaciones. De este modo queda configurado un primer esquema de especialización funcional del territorio que se mantiene hasta el disparo inmobiliario del

último cuatrienio, momento en el que las estrategias urbanizadoras han desbordado la capacidad de respuesta de la agricultura e incluso de los propios intereses del turismo como actividad cualificada y de futuro, a lo que también contribuyen las dificultades encontradas por la agricultura de exportación valenciana en los primeros años del periodo transitorio de incorporación a la CEE.

4. Evolución del uso del suelo: análisis de tendencias

Se toman como referencia cuatro fechas que resultan claves para explicar la evolución de los usos del suelo, a la luz de los factores estructurales que afectan al espacio regional, independientemente de los componentes derivados de la configuración física y humana, que definen las peculiaridades de cada área. Como grandes elementos que explican los procesos de cambio, y en una secuencia cronológica, cabe señalar:

1) A finales de los años cincuenta e inicios de los sesenta se sitúa el proceso de modernización y transformación de la agricultura, con la liquidación de sistemas tradicionales que se sustentaban en la autarquía y abundancia de mano de obra. Habrá que valorar conjuntamente la incidencia del proceso de industrialización y urbanización (Romero, 1987) y, por consiguiente, el abandono del campo. Entre las consecuencias, de forma generalizada se puede hablar de crisis para las áreas de secano, especialmente las orientadas a un policultivo de subsistencia o, por lo menos, no integradas en lo que podríamos denominar agricultura de exportación.

El abandono de la tierra se produce esencialmente en municipios con predominio de pequeña propiedad en secano (Benitachell, Aigües, Jalón), pero se reproduce en toda la franja costera con las excepciones de los municipios de la Vega Baja del Segura, las llanuras costeras del sur provincial, el Campo de Alicante, el Valle del Algar y las áreas cítricas del litoral noroeste de Denia. Este mismo proceso implica una tendencia hacia la expansión del regadío, sinónimo de intensificación del sistema productivo, que se observa con claridad en las áreas citadas del naranjal y en el sur (litoral de Orihuela).

2) La irrupción del turismo corre paralela al proceso anterior y se presenta como el nuevo aprovechamiento del suelo, que supone la afectación de éste hacia el uso residencial; la correlación es manifiesta con la debilidad de la estructura agraria y la imposibilidad de su transformación. Pero, de forma interna, se produce una funcionalización del uso del suelo entre las dos actividades esenciales. La contracción de la superficie cultivada es general en todos los municipios costeros, sobre todo en los que mantienen bases agrarias poco rentables: El Campello, Calpe, Benissa, Benidorm, Alfaz, Torrevieja, Santa Pola. Pero lo interesante es que se simultanean dos tendencias: en Altea se transforma tierra en regadío al tiempo que se urbaniza el litoral, mientras que en Guardamar del Segura, La Nucia (segunda línea) y Teulada, únicamente se urbaniza el espacio forestal.

3) Entre el decenio de los setenta y el inicio de los ochenta, la situación del turismo viene marcada por el estancamiento del proceso urbanizador, mientras continúa la transformación en regadío (Callosa, con el níspero; Muchamiel, que se especializa en la producción del tomate de invierno) impulsada en el sur por la llegada —en 1979— de las

aguas del trasvase Tajo-Segura (Orihuela y San Miguel de Salinas).

Pero la contracción del espacio cultivado continúa en municipios como Alfaz, Benidorm, Calpe, Denia, Elche (segunda residencia), Torrevieja y Villajoyosa, así como en El Campello, Jávea, Rojales y Santa Pola. El abandono de tierras se sigue produciendo en secanos marginales (Aigües, Benitachell, Jalón), al tiempo que la funcionalización de usos se observa en Guardamar del Segura, Altea y Orihuela, donde la urbanización se concentra en suelo forestal. Como novedad en este periodo de transición desde un territorio agrícola a un espacio turístico, se inicia la ocupación de áreas de regadío tradicional por la urbanización turística; San Juan en el área de Alicante y Els Poblets en la orla survalenciana.

4) El decenio de los ochenta, especialmente su segunda mitad, viene marcado por la reactivación del proceso de urbanización relacionado con el turismo, hecho que supone la configuración casi integral de las actividades preexistentes. Un proceso que trasciende la franja costera y que, desde distintos planteamientos, articula otros espacios complementarios (Vera y otros, 1990). Influyen también las dificultades dentro del propio sector agrario, con evidentes implicaciones para las zonas de naranjal de la Comunidad Valenciana, que imponen cautelas en el proceso de creación de nuevos regadíos; aunque las inversiones extraagrarias han contribuido a mantener el ritmo (Romero, Vera y Obiol, 1989).

Pero, como lectura contrapuesta, las dificultades de los regadíos tradicionales, junto con la fuerte presión inmobiliario-turística, han acabado por permitir la transformación de regadíos en urbanizaciones: Setla, Vergel, Guardamar del Segura, Muchamiel, San Juan.

La pérdida de extensiones cultivadas es generalizada salvo en el Valle del Algar (Callosa d'en Sarrià), ya que en otros municipios del sur se simultanea la creación de nuevos regadíos con la urbanización de áreas próximas a la costa.

4.1. Caracterización de tendencias por grupos de municipios

En el marco de este trans fondo estructural, en el que se producen los procesos de cambio de uso del suelo y, en consecuencia, de organización del espacio económico, se pueden caracterizar tendencias similares y agrupar áreas con comportamientos más o menos comunes, a los que se intenta dar una explicación.

Con esta finalidad, se han caracterizado tres grupos de municipios, cuya evolución, entre 1960 y 1989, en cuanto a distribución del suelo, resulta contrastada:

- a) Municipios que experimentan un incremento global de la superficie cultivada.
- b) Municipios en los que se produce una disminución moderada de la superficie cultivada.
- c) Un tercer grupo donde la reducción del espacio cultivado alcanza proporciones relevantes, que superan el 20% de la superficie cuantificada en 1960 y que no necesariamente implican masividad en la ocupación urbano-turística.

Conviene pues analizar con detalle estas tendencias, los factores que las justifican y las implicaciones en la asignación de usos al suelo, si bien algunas apreciaciones generales e iniciales aclaran los términos del problema. Así, la evolución de la tierra cultivada, para el conjunto del área de trabajo ha pasado de

72.665 has en 1960 a 65.871 en 1989, disminución que si se relaciona con el elevado índice de urbanización del área de estudio, da idea de que no se ha consumido una gran cantidad de suelo agrario por la urbanización o que, al menos, la ocupación de tierras por este concepto se ha conjugado con otro proceso paralelo de creación de nuevos espacios de agricultura intensiva. En efecto, la misma evolución general de la superficie cultivada permite identificar algunas claves del proceso: entre 1960 y 1975 la tierra cultivada disminuye en 5.000 has; pero entre 1975 y 1982 a esta disminución se añade la pérdida de otras 7.000 has de tierra de cultivo en el conjunto de municipios estudiados. En consecuencia, el periodo que coincide con el decenio de los ochenta ha sido clave para entender la actual situación ya que una serie de municipios han visto incrementarse sustancialmente sus tierras regadas, por transformación de secanos o incluso por creación de nuevos regadíos en superficies forestales.

Esta evolución del conjunto resulta más clarificadora si se atiende a la división entre secano y regadío, de manera tal que entre 1960 y 1975 el secano disminuye desde un 23,9% del total de la superficie analizada, hasta un 20%, mientras que el regadío se mantiene en torno al 35%; es decir, en este primer periodo no se realizan ampliaciones importantes del regadío, pero se abandonan secanos y son ocupadas tierras por las urbanizaciones.

Entre 1975 y 1982 el secano disminuye en un 5%, al tiempo que el regadío lo hace en un 2%; la explicación se relaciona con la urbanización de áreas de huerta en Denia y antigua huerta de Alicante. No obstante, el cambio de tendencia se produce en el decenio de los ochenta, ya que entre 1982 y 1989, el secano ha descendido hasta un 13,6%, es decir, la mayor contracción o transformación

experimentada, mientras el regadío aumenta hasta casi un 38% —un alza del 6%— hecho que demuestra la tendencia a transformar tierras de secano en nuevos regadíos, a pesar de la liquidación de huertas tradicionales en algunos municipios, o a la ocupación urbana de tales suelos.

En los inicios del decenio de los ochenta se reafirma la tendencia generalizada centrada en la pérdida de suelo cultivado, de manera tal que los porcentajes del mismo sobre las superficies de cada municipio descienden al umbral por debajo del 30% en casos como Torrevieja, Benidorm, Villajoyosa y, más frecuentemente, a valores que no superan el 40% (Jávea, Teulada, San Juan y Guardamar del Segura).

Como contrapunto, la expansión del espacio cultivado, sinónimo de regadío, es un modelo emergente en el sur provincial, al que se añade Muchamiel, en el campo de Alicante, por el efecto de implantación del cultivo del tomate de invierno de la mano de productores-exportadores.

Ahora bien, el decenio de los ochenta, de acuerdo con los factores comentados, aporta nuevos ejes o vías para la estructuración del espacio litoral, cuya solución conduce a la recuperación del porcentaje de superficie cultivada. Contribuye esencialmente el efecto de las aguas del Tajo, que impulsa y consolida la transformación de alrededor de 7.000 has en los términos municipales de San Miguel de Salinas, Orihuela y El Pilar de La Horadada, todos ellos en el sector meridional de la provincia de Alicante. Pero no son menos notables los impulsos a la transformación agraria en el municipio de Callosa d'Ensarrià, por el efecto de las inversiones de agricultores locales y de profesionales fuera del sector. Algunas iniciativas más puntuales, que atañen a transformaciones de laderas en naranjal

(Alcalalí, Pedreguer) o enclaves de cultivo bajo plástico (San Fulgencio, Rojales), contribuyen a definir el incremento del espacio cultivado, a contracorriente de las tendencias de urbanización.

Una forma de sintetizar tan singular proceso es, como se ha adelantado, la caracterización de tipos de municipios, en atención a las tendencias seguidas:

1) Los municipios que a lo largo de los 30 años que abarca el presente estudio experimentan incrementos de la superficie cultivada (grupo 1) son los del área meridional, beneficiados por el trasvase Tajo-Segura, junto con Rojales y San Fulgencio, Muchamiel, Alcalalí y Pedreguer y los del Valle del Algar.

La tierra cultivada pasa en ellos de un 58,63% del término municipal a un 57,8% en 1975, para iniciar el incremento y, por tanto, cambio de tendencia a finales de los setenta, puesto que en 1982 se había alcanzado el 61,8%, es decir, se supera la cifra inicial, para llegar al 69,9% en 1989.

Se puede hablar de afianzamiento de una nueva agricultura, cuyos costes de implantación no siempre responden a criterios de rentabilidad productiva. Este será un aspecto esencial a retener a la hora de valorar el futuro de tales agriculturas, marcadas en bastantes casos por el carácter de capital refugio y dominación de la propiedad urbana.

Desde este punto de vista, no deja de llamar la atención la tendencia paralela a urbanizar determinadas partes del territorio municipal. Sólo se exceptúa el caso de Callosa, donde la creación de alrededor de 700 has de nuevos regadíos no se produce paralelamente a la penetración del turismo, ni territorial ni funcionalmente. Es más frecuente que se

simultaneen las tendencias: en El Pilar la creación de más de 4.000 nuevas has de regadas se contraponen a la desaparición del área cultivada en el sector costero (La Torre, El Mojón); en San Fulgencio la urbanización de la Sierra del Molar contrasta con la adición de 100 has al regadío municipal en la misma zona, al igual que en San Miguel de Salinas, donde las grandes transformaciones de secanos y montes en nuevos regadíos (más de 2.300 has, 42,6% del término municipal) contrastan, incluso paisajísticamente, con la aparición de asentamientos residenciales en áreas de monte bajo y pinar (100 has). En Rojales, la expansión de la **Ciudad Quesada** afecta a 150 has de monte; pero otras 50 se añaden a nuevos regadíos. Mucho más puntuales son las ampliaciones del regadío en Altea y Polop, por lo que, considerados globalmente sus territorios, no se pueden integrar en este grupo.

2) Un segundo conjunto de municipios ha experimentado una disminución moderada de la superficie dedicada a cultivo; se incluyen casos con lógicas diferenciadas, desde los municipios donde el turismo impacta escasamente en el territorio como Finestrat, La Vila, Jalón y Algorfa (en expectativa), a aquellos en los que se han abandonado tierras de secano o consumido sectores de regadío (Vergel). Sin olvidar otros como Calpe y Altea, bastante más urbanizados, pero atendiendo a la denominada funcionalización del uso del suelo, donde la ocupación turístico-residencial afecta a antiguos espacios de monte y pinar, mientras permanecen amplias extensiones de uso agrícola.

El problema se presenta cuando la presión inmobiliaria se incrementa y no hay razones económicas que justifiquen la conservación de la superficie de cultivo, hecho que suele generalizarse en la zona y que culmina con la urbanización casi integral del territorio, afianzada en criterios de rentabilidad económica.

Conviene llamar la atención en el caso de los municipios con abandono de tierras, ya que este es el primer paso —convertidos en cotos privados de caza— para formar reservas de suelo en expectativa de urbanización, favorecida por la concentración de la propiedad de la tierra, que da pie a la promoción de conjuntos amplios, en el marco de nuevas lógicas e ideas de venta del espacio turístico (los llamados turismos específicos, golf, cotos de caza, turismo verde).

3) Un grupo numeroso lo componen municipios que ven mermado su porcentaje de tierra de cultivo respecto al total de su territorio; son por lo general espacios muy urbanizados, donde el escaso valor productivo del suelo antes del desarrollo turístico y la ausencia de grandes superficies de monte que pudieran haber justificado la funcionalización de usos, impulsa la ocupación del territorio sin más criterio selectivo que la proximidad al mar y la valoración del paisaje en las nuevas promociones.

Son casos como Denia, donde se ocupan las laderas del monte Montgó, al igual que los secanos de los glacis y los regadíos del litoral; Jávea, cuya implantación turística afecta primordialmente al área forestal, pero también se consumen secanos y áreas regadas de la llanura del Gorgos; Torrevieja, caracterizada por la ocupación indiscriminada del término por los grandes asentamientos turísticos; Benidorm, cuya zona contigua a la playa era el espacio agrícola tradicional, al igual que Alfaz del Pí y El Campello. Las pérdidas del suelo cultivado alcanzan una media del 18,2%, pero son superiores al 24% en casos como El Campello. En otro orden de factores se señalan las pérdidas de tierra cultivada por abandono de explotaciones, como ocurre en Benitachell (33,2% de pérdida), cuyo espacio turístico ocupa un monte y Aigües (35,8%), donde el turismo aún no ha impactado el territorio, pero lo hará ante la inviabilidad de la agricultura.

Como ejemplos más singulares en este grupo, Santa Pola ha visto desaparecer sus escasas tierras de secano, construidas en las laderas de la Sierra, mientras que Elche acusa los efectos de la expansión indiscriminada de la segunda residencia de la propia ciudad sobre sus partidas rurales, dominio de un regadío tradicional muy parcelado, que ha favorecido las iniciativas individuales depredadoras con el territorio y que resulta difícil reconducir desde una lógica territorial.

Son preocupantes las contracciones de superficie regada, sobre todo cuando han fundamentado aprovechamientos rentables, incluso en áreas donde la ocupación urbano-turística fue rechazada en otros momentos. Sirva al respecto el caso de los diminutos términos municipales del noroeste de Alicante y sur de Valencia, beneficiados por el naranjal, que han acabado cediendo ante la presión inmobiliaria proveniente de la vecina Denia. De este modo Vergel incrementa, en sólo ocho años, un tercio de suelo urbanizado, proporción similar a la de Els Poblets. Mientras tanto, Muchamiel, en el campo de Alicante, perdía 50 has del antiguo espacio de huerta, devorada por la expansión de los asentamientos residenciales periurbanos, al igual que San Juan, convertido en área residencial de calidad para profesionales de la vecina capital. Por su parte, Guardamar del Segura iniciaba la liquidación de su campo regado y huerta para dar entrada al modelo de turismo masivo y de asentamientos densos procedente de Torrevieja. Lo curioso es que algunos de los municipios citados, como Muchamiel, en el balance global, fruto de las dos tendencias señaladas —creación de nuevos regadíos y urbanización— acaban con balance positivo para la tierra cultivada.

En apretado balance de este proceso, destaca la simultaneidad con que se produce en el territorio, aunque no el tiempo, la creación de

nuevos regadíos, a veces injustificables por razones productivas, y la expansión del uso residencial-turístico. Si en algún ejemplo la urbanización ocupa indiscriminadamente el territorio, en otros, los más avalorados como espacio turístico, la urbanización ha afectado esencialmente a los espacios de monte con valores paisajísticos, ya que el recurso playa no era el fundamento de las promociones inmobiliarias.

La relación entre el norte, como espacio más funcionalizado y el sur, área más desordenada en cuanto a impacto del turismo, exige innumerables matizaciones y depende de la configuración territorial preexistente. Lo cierto es que resulta cada vez más difícil acotar espacios con usos que no entren en competencia, a condición de que se establezcan medidas en el planeamiento urbanístico y la ordenación del territorio.

El balance positivo para la agricultura cambiará de signo con el mercado único europeo y las medidas referidas al caso español. Por lo demás, la creación de nuevos espacios de agricultura intensiva, a contracorriente de las razones de competitividad, y lo que estos nuevos regadíos suponen en cuanto a consumo del agua, ponen en tela de juicio la opinión de que es el turismo la actividad más depredadora sobre el recurso; más aún cuando los consumos no admiten comparación y se rentabilizan más en el nuevo modelo turístico que en ciertas agriculturas configuradas por razones extraagrarias.

5. Los nuevos procesos de articulación territorial: Impacto del turismo y futuro de la agricultura

5.1. La nueva organización del espacio

La implantación territorial del turismo supone un nuevo modelo de organización espacial, por cuanto implica nuevos sistemas de uso (téngase en cuenta las enormes diferencias que se producen entre formas de ocupación turística, desde la masificación en bloques de apartamentos, a las ocupaciones más elitistas de baja densidad) y la acomodación de las estructuras preexistentes a distintas funciones, por lo general de dependencia o complementariedad.

El análisis comparado pone de manifiesto la evolución que se produce desde 1956, cuando aparece un litoral donde el suelo agrícola y los espacios forestales conformaban el sistema de uso, en clara adecuación a la configuración físico-ecológica. Mientras que la situación en 1989 viene caracterizada por el predominio de suelo urbanizado, en forma de conjuntos residenciales más o menos compactados, la expansión y ensanche lineal de núcleos preexistentes al turismo, el trazado de grandes infraestructuras y la artificialización del medio costero. Quedan además algunas tierras bajas regadas, donde se mantiene la agricultura intensiva, aunque en los sectores próximos al mar se ven ocupadas por la urbanización que penetra en cuña; como contrapunto, se advierten nuevos espacios de agricultura intensiva, ganados al monte o fruto de la transformación de secanos. Este complejo y en ocasiones contradictorio esquema de organización de los usos del suelo se reproduce a distintas escalas, de las que interesa particularmente la municipal y la subregional, marco en el que se detectan los procesos de articulación territorial inducidos por el turismo.

En una primera etapa, la implantación del turismo impone y condiciona cambios en la organización del espacio a escala de término

municipal o inferior; pero, alcanzado un umbral o grado de consolidación, entran en escena los espacios complementarios y se funcionalizan las áreas que pasan a ser periferias del espacio turístico; distintos factores estructurales permiten analizar esta evolución, cuyos efectos en las contradicciones agricultura-turismo son notables.

A. La configuración del espacio turístico costero

Se ha señalado que, desde el decenio de los sesenta, el veraneo en áreas costeras relacionado con el entorno rural o, más puntualmente, con la temporada de baños para una clientela nacional, se ve sustituido por un turismo masivo y más agresivo en el territorio, dominante, que tiende a implantarse primordialmente en los tramos de costa donde la pobreza de la agricultura o su imposibilidad de resistencia, ante los nuevos horizontes económicos que se presentan para las poblaciones litorales, favorecen la expansión de la nueva actividad. Es la primera fase del proceso de organización espacial, que trae consigo el acomodo del turismo en secanos marginales y, en suma, en terrenos mediocres desde el punto de vista agrícola, hecho que justifica la importancia del fenómeno en los espacios más depauperados (Calpe, Benidorm, Torrevieja), o en zonas que, dentro de un término municipal concreto, carecían de valoración económica (casos de los promontorios de La Nau en Jávea, y de la Sierra de Bernia y El Mascarat en Altea). En la orla costera de La Safor, las hileras de edificación se asientan sobre marinas o *marenys*, con freáticos próximos, donde era impracticable el cultivo, o sobre los mismos cordones dunares.

En relación con este proceso inicial de implantación territorial-turística se producen

las primeras transformaciones en los municipios afectados, en proporción con la importancia alcanzada por el nuevo uso: trasvase sectorial de población activa hacia la construcción y servicios, descenso notable del número de jornaleros en el campo, supervivencia de la agricultura como actividad complementaria o alternante entre los pequeños propietarios, terciarización de los núcleos costeros y auge de un modelo económico emergente en el que la agricultura va quedando relegada, ya que todas las expectativas parecen centrarse en la producción del espacio turístico.

Contrasta la permanencia de sectores regados, que se mantienen en coexistencia con el nuevo fenómeno de la urbanización. Pero, sobre todo, conviene insistir en que los municipios dominio del naranjal no se vuelcan a la nueva actividad, limitada a la estricta franja costera en Gandía, Oliva, Xeraco, Tavernes, Piles, Vergel y Els Poblets.

B. La consolidación del espacio turístico y la articulación de áreas periféricas

Una segunda fase del proceso de articulación se produce cuando el espacio turístico se consolida y expande, hecho notable en los municipios de La Marina y algunos del sur, de manera que el turismo y la construcción asociada a él pasan a ser actividad dominante. Con ello se incrementa la demanda de empleos, que estructura un mercado de trabajo por encima de los límites municipales.

Entran en juego los municipios situados más al interior (segunda línea), donde la agricultura soporta una crisis y la alternativa señalada se plantea como válvula de escape para jornaleros y pequeños propietarios; con ello se inicia el proceso de movimientos pendulares de

trabajadores hacia la costa y se estructura un primer sistema de áreas complementarias o periféricas.

Pero estas relaciones funcionales no se limitan al mercado de trabajo, ya que, junto a la generalización de la agricultura alternante en áreas próximas al litoral y en los mismos regadíos costeros, que implican el acomodo de la agricultura en relación con el trabajo en la costa (García Manrique, 1981), también se detectan tendencias de adaptación de las agriculturas vecinas para el abastecimiento del mercado de los núcleos turísticos. Es el caso de la Vega Baja, donde las producciones de pequeños propietarios se comercializan en mercados ambulantes y llegan a las lonjas de los municipios vecinos, especialmente las hortalizas y frutas. Un caso similar al del sector oriental malagueño, citado por el profesor García Manrique, en el que los regadíos de Zafarraya proveen de hortalizas el mercado costero en verano. En todo caso, articulación de zonas periféricas de un espacio turístico.

C. El desbordamiento del espacio turístico litoral, las nuevas dinámicas y la creación de espacios de nueva agricultura

La tercera fase del nuevo sistema de organización espacial corresponde al decenio de los ochenta, en el caso que nos ocupa, y se relaciona con dos ejes de actividad básicos:

a) El sorprendente auge del turismo residencial, en el marco de un verdadero disparo del negocio inmobiliario que afecta al Mediterráneo español (Vera, 1991) y que provoca un incremento sin precedentes del suelo urbanizado, con la eclosión de nuevas comunidades y el crecimiento desbordante de los núcleos costeros, que adquieren, en el caso alicantino, verdadero rango de cabeceras

comarcales y centros de servicios, polarizando un importante mercado de trabajo. En consecuencia la ocupación de terrenos es generalizada, afectando incluso a los enclaves regados; pero lo más importante es que las urbanizaciones penetran hacia municipios no costeros, en busca de suelo barato, paisaje y nuevos factores de revalorización del espacio turístico (Vera y otros, 1990).

Por su parte, los municipios del naranjal, que rechazaron la urbanización en otros momentos, cegados ahora ante el negocio inmobiliario, pugnan por captar inversiones que se traducen en la compra de las zonas cultivadas cercanas a la costa (Gandía, Oliva, Xeraco, Vergel, Poblets). Al tiempo, la demanda de empleos —especialmente la construcción, verdadera locomotora del crecimiento económico valenciano durante el último quinquenio— trasciende el marco de la llamada segunda costa y afecta a espacios interiores —más de 50 km— donde la alternativa a la decadencia del medio rural es el desplazamiento diario o semanal a la costa. Es así como se articulan áreas complementarias en escalas subregionales, ya que se detectan influencias directas del mercado de trabajo y su impacto territorial en áreas como los Valles de Alcoy y el mismo espacio murciano y manchego. Casos similares se dan en la Costa del Sol, donde zonas periféricas como Ojen, en el interior montañoso, acomodan su agricultura a la demanda de trabajo en Marbella (García Manrique, 1981).

Como consecuencia, el espacio turístico se ha ampliado y consolidado, a la vez que produce la vertebración de espacios complementarios, a distintos niveles:

- Mercado de trabajo.
- Mercado de consumo.
- Asignación de recursos (agua).
- Reserva de suelo para turismos específicos,

que no pueden prescindir de la costa, pero se alejan de ella.

b) La llegada de las aguas del trasvase en el sur de la Comunidad Valenciana, al igual que en la vecina región de Murcia, provoca un movimiento de transformación de secanos y montes en regadíos intensivos, coincidiendo en sus orígenes (1979-83) con un estancamiento relativo del sector inmobiliario-turístico. Los efectos en pequeñas explotaciones muy capitalizadas y en régimen de cultivo directo son notables; pero no lo son menos en grandes empresas —a veces con capital extraagrario— que acometen costosos procesos de transformación o innovación productiva.

En la misma línea, una agricultura capitalizada e integrada en mercados internacionales, con lógicas diferenciadas respecto a las del turismo costero, se impone en el valle del Algar, de la mano de pequeños agricultores y profesionales. En su conjunto, la superficie regada aumenta y se crean espacios de agricultura intensiva a contracorriente de la urbanización turística.

No obstante, la competencia indicada del turismo en temas clave como la mano de obra, parte esencial de los costes de producción, alcanzado el mismo nivel técnico en explotaciones familiares y grandes productores, ha hecho de las explotaciones en régimen de cultivo directo y sin jornaleros las únicas viables, siempre que se resuelva la comercialización.

También la Costa del Sol ofrece un referente a este problema ya que los propietarios sólo pueden orientarse a una agricultura que utilice el mínimo de mano de obra. No extraña pues que las innovaciones como el goteo cumplan el papel esencial de ahorrar mano de obra; del mismo modo que las explotaciones modelo de grandes firmas cosechero-exportadoras que

surgen en el periodo anterior (Lo Romero de forma muy especial) atraviesan una situación difícil que, sin embargo, está siendo superada por la agricultura familiar.

D. Articulación de áreas productivas

En suma, los procesos de articulación espacial inducidos por el turismo suponen la configuración de tres grandes tipos de áreas productivas:

— El espacio turístico, consolidado y en proceso de recomposición y cualificación.

— Las áreas periféricas o complementarias, dependientes del anterior, en proceso de expansión y con una complejidad cada vez mayor en cuanto a relaciones funcionales.

— Los espacios de nueva agricultura, surgidos a contracorriente del sistema turístico y con lógica diferente, aunque presentan relaciones indirectas, pero no complementarias.

Estos problemas se reproducen aún a escala municipal cuando se mantiene una base agraria importante, de manera que en el litoral murciano del Mar Menor el binomio entre agricultura extratemprana y urbanización turística se dirime aún en la misma ribera (Andrés Sarasa, 1987), actuando la CN-332 de divisoria entre los paisajes costeros de la urbanización residencial y los interiores de cultivo intensivo, como se observa en San Javier, San Pedro y, más recientemente, en Los Alcázares, donde trabajan actualmente las empresas que han debido huir de la costa valenciana.

Asimismo, en el caso de La Safor valenciana, el modelo territorial de los municipios reproduce esta pugna de intereses, representados en el planeamiento urbanístico, incluso con previsión de cambios en el modelo

económico (Martín Mateo y Vera, 1989). La zona urbanizada se limita a una línea sobre el eje de la costa baja y arenosa, interrumpida a veces por tramos donde el suelo cultivado contacta directamente con el dominio público marítimo-terrestre. Pero la progresión de la urbanización en los últimos años afecta a marjales a la vez que ocupa naranjales, hecho que se cuestiona en los núcleos principales de población, marcadamente rurales y alejados de la dinámica económica de la costa. Hay que considerar que en buena medida la urbanización turística no está en manos de iniciativas locales, hecho que agrava el problema de la venta de suelo.

En conclusión, los modelos emergentes, como el caso del sur de la provincia de Valencia, al igual que el litoral del Mar Menor, en Murcia, cuentan con el precedente de los procesos de articulación que tienen lugar en la llamada Costa Blanca, donde la incompatibilidad entre agricultura y turismo se manifiesta. Se está a tiempo de arbitrar soluciones de planificación territorial y sectorial que permitan conciliar ambos ejes del desarrollo económico mediterráneo, aunque hemos de insistir en la necesidad de funcionalizar los usos del suelo y orientar el litoral valenciano hacia distintas modalidades de especialización turística, aunque salvaguardando las estructuras agrarias verdaderamente competitivas.

5.2. Planeamiento urbanístico y modelo económico-territorial: ¿preservación o urbanización de los espacios agrarios?

El planeamiento urbanístico, instrumento que desarrolla el régimen jurídico del suelo (Fernández, 1979; Parejo Alfonso y García de Enterría, 1985), dimanante de la legislación vigente, constituye una de las claves para explicar la evolución, situación actual y futuro de los espacios agrícolas, así como las claves y

tendencias de la producción de suelo para el turismo.

Los mecanismos de asignación de usos al suelo derivan del papel de los Planes Generales Municipales de Ordenación Urbana, o las Normas Subsidiarias Municipales, tienen como instrumento de ordenación integral de un territorio municipal, aspecto que presenta distinta naturaleza y alcance en las tres clases de suelo en que se divide un término municipal: el suelo urbano, o consolidado por la edificación, el suelo urbanizable (programado y no programado) y el suelo no urbanizable. Todo ello en ausencia de directrices o planes de rango superior que, en desarrollo de la legislación autonómica en ordenación del territorio, definan un modelo territorial y articulen las estrategias económicas en el territorio valenciano (Martín Mateo, Pedreño y Vera, 1993).

Interesan para nuestros objetivos estas dos últimas clases de suelo; el urbanizable, por tratarse de suelos que se van a ocupar, de forma más o menos rápida (el desarrollo del programado y no programado dependen de la vigencia y ejecución del PGOU); mientras que el suelo no urbanizable, definido por antítesis al anterior, tiene, en principio, una doble vertiente, relacionada con el papel de reserva de terrenos para el futuro desarrollo urbanístico y con la existencia de áreas cuyo valor productivo o ecológico-paisajístico aconseja su protección. Desde estos planteamientos iniciales, se considera de interés una aportación sobre la situación del planeamiento en el área de trabajo, la forma en que contribuye a mantener o condicionar la evolución del espacio agrario y su transformación hacia usos relacionados con la urbanización turística.

Hay que tener en cuenta al respecto que el PGOU no es un mero instrumento de

clasificación del suelo, sino que define el modelo territorial que se desea para un espacio y, en suma, plasma la apuesta hacia un tipo de desarrollo económico, ya que además de posibilitar la creación de infraestructuras, la transformación urbanística y la adición de nuevos elementos al núcleo urbano, o cambiar las asignaciones de uso al suelo. De manera que la revisión o elaboración de un PGOU suscita un debate entre los agentes sociales que intervienen en el territorio, proceso en el que se defienden intereses a veces contradictorios: agricultura por una parte y empresarios de la construcción y promotores por otra, suelen polarizar estas contradicciones inherentes al conflicto económico-territorial en el que se sacrifica la agricultura en aras de expectativas de rentabilidad más inmediatas, o simplemente se reafirman tendencias naturales de crecimiento. Tampoco faltan en esta dialéctica grupos de defensa del medio y de la identidad regional, que adoptan posturas más comprometedoras socialmente, aunque fáciles de contentar desde los mecanismos del poder municipal.

En municipios muy urbanizados la pugna no atribuye ningún papel a los agricultores, convertidos en minoría que sólo espera poder vender sus tierras al mejor precio. Las bases productivas están desmanteladas y el urbanismo turístico se perfila como única actividad. Algo similar, aunque bastante alejado en sus efectos, ocurre en municipios de segunda línea, donde la crisis de la agricultura, el abandono de tierras y el envejecimiento de la población rural han decantado las alternativas hacia la transformación progresiva del uso del suelo. De este modo, son frecuentes los ayuntamientos que aprueban planeamientos con la única finalidad de dar cabida a iniciativas privadas relacionadas con la urbanización de áreas singulares; tema especialmente notable cuando la configuración física del territorio establecía un dualismo

tradicional entre áreas productivas (vegas, suelos aluviales), equivalentes a espacios muy valorados, frente a suelos marginales (monte seco, secano improductivo), sin rentabilidad económica, pero con un elevado valor patrimonial, que se descubren como espacios potenciales de urbanización, para lo que cuentan con indudables ventajas: suelo barato, perspectivas paisajísticas sobre el mar, predominio de la mediana y pequeña propiedad. Hechos que favorecen iniciar, con cierta envergadura, al socaire de nuevos criterios de venta del espacio turístico. La inclusión de la oferta complementaria —sinónimo de golf— es un buen ejemplo para caracterizar conjuntos residenciales en municipios no ribereños, razones que, añadidas a la saturación y problemas estructurales de las áreas costeras, explican el éxito de estos territorios interiores, aunque cercanos al mar.

Frente al desmontaje del medio rural tradicional, tanto en secano como en regadío, aparecen, como se demuestra a lo largo del presente trabajo, algunos espacios caracterizados por la presencia de sistemas intensivos, donde la dinámica económica y demográfica es consecuencia clara del nivel alcanzado por la nueva agricultura. En tales casos es donde se dirimen verdaderos conflictos entre agricultura y urbanización, relacionados con el uso del suelo y del agua, ya que la supervivencia de la agricultura se muestra incompatible con la penetración del uso residencial: temas como el alza del precio del suelo y del agua, al margen de criterios productivos, impiden racionalizar las explotaciones, ampliando la base territorial y obligan a buscar cultivos cuyos precios de mercado permitan compensar el coste del agua como *input* esencial.

En tales casos el PGOU constituye una oportunidad de reflexión sobre el futuro de las áreas agrícolas, ya que la clasificación del

suelo y las normas de edificación en suelo no urbanizable (parcela mínima que favorece o impide la diseminación de segunda residencia dispersa) serán un factor decisivo para su conservación o desaparición, depende del camino que se siga.

5.2.1. Situación actual del planeamiento urbanístico municipal

Sin pretensiones de exhaustividad en el análisis del planeamiento municipal, tema tratado en otros de nuestros trabajos, interesa resaltar que todos los municipios estudiados, salvo Alcalalí, cuentan con documento de planeamiento en vigor. Los municipios del litoral tienen PGOU, salvo en el caso de términos muy reducidos o dinámica urbanística emergente (El Pilar, Benitachell, Finestrat y Els Poblets); mientras que los municipios interiores cuentan con NSS, donde se funcionaliza el uso del suelo atendiendo a la división entre el núcleo urbano, su prolongación y las pedanías, que constituyen el suelo urbano; el espacio donde se prevé urbanizar, que coincide con marcos catastrales (predios rústicos adquiridos por promotores), que se desarrollará mediante planes parciales; y el suelo no urbanizable en el que se recogen las tierras sin interés productivo, las áreas agrícolas y los espacios con valor ecológico.

Es singular el caso de los municipios de la orla survalenciana (La Safor) donde el planeamiento consagra la dualidad territorial entre la ribera del mar, donde se localizan las ordenaciones de playa (curiosos planeamientos parciales anteriores a la redacción del planeamiento general municipal), ceñidas por marjales y áreas citrícolas, y el interior rural, extendido por la llanura costera, en la que se localiza el núcleo principal de población, ajeno a la dinámica turístico-residencial. Los nuevos PGOU y NSS, ante las expectativas de

transformación inmobiliaria, han ampliado el suelo urbanizable de la zona de playa, a costa de marjales y suelos rústicos, tema controvertido en Oliva, Gandía, Xeraco y Tavernes, cuya riqueza agrícola es la clave del elevado nivel de renta.

Una visión global de la franja litoral sobre la clasificación municipal del suelo permite detectar tendencias en cuanto a ocupación del territorio. Así, en la mayor parte de los municipios el suelo productivo supera el 10% del territorio municipal, incluso alcanza cifras por encima del 20% en casos donde el impacto del turismo ha acabado por desechar cualquier alternativa que no derive de la ocupación residencial del suelo. Son ejemplos como Alfaz, Calpe, Altea y Jávea, cuyos términos salvo enclaves, acabarán convertidos en un compacto de asentamientos residenciales. Otros casos que se mueven en los mismos parámetros arrojan porcentajes inferiores de suelo urbano debido a la amplitud de sus territorios: Benidorm, Torrevieja y Denia, donde se advierte la presencia de reservas de suelo.

Pero los casos más llamativos corresponden a municipios con importante función productiva agraria que consagran cifras disparatadas a la ocupación urbano-turística; así ocurre en El Pilar, cuyas NESS han funcionalizado el territorio de manera tajante, a pesar de las inversiones realizadas en nueva agricultura; la CN-332 marca la divisoria entre un litoral turístico, o consagrado exclusivamente a tal uso y el interior rural y forestal donde también se incrustan conjuntos residenciales. En el mismo sentido, aunque más preocupante por su reducida amplitud territorial, de las 370 has del término de Els Poblets, un 22,3% es suelo apto para urbanizar, ocupando la zona agrícola contigua la costa.

En la misma línea, los municipios costeros de La Safor, dominio del naranjal, entre Tavernes

y Oliva, aunque con porcentajes inferiores que los alicantinos para el suelo urbanizable, alcanzan cifras que comienzan a ser preocupantes, ya que suponen la eliminación de áreas de regadío en la franja costera: así ocurre en Oliva, Bellreguart, Daimús y Gandía; en algunos de éstos con el riesgo de convertirse en municipios consolidados si se atiende a su reducido territorio (inferior a 500 has). En otros casos la ocupación de las marjales contrarresta la detracción de suelo productivo (Tavernes), pero el riesgo de extensión del frente de urbanización es un hecho evidente.

5.2.2. Síntesis: Tendencias futuras de ocupación y cambio de uso del suelo, a través del planeamiento

La tendencia es evidente y se concreta en la progresiva detracción de suelo productivo agrario, afectado hacia la ocupación urbanoturística. Un análisis del planeamiento, sobre la base de los mapas de clasificación del suelo, muestra la situación de las áreas cultivadas, en cuanto a su posible transformación o preservación. Basta una sencilla superposición de la cartografía de usos actuales con la clasificación dimanante del PGOU o NSS para detectar tales posibilidades (Martín Mateo y Vera, 1993).

En primera aproximación el resultado sorprende, ya que una parte sustancial de las tierras cultivadas que no han sido devoradas por la difusión de la urbanización, se mantiene como suelo no urbanizable. Otra cuestión es el grado de protección de estos suelos que, en determinados municipios, se convierten en espacios idóneos para la diseminación de segunda residencia en parcelas mínimas, sobre una base de propiedad rústica muy fragmentada. La explicación que puede darse al mantenimiento de tales residuos de superficie cultivada es el escaso interés

mostrado por promotores e inmobiliarios para la ocupación de espacios cuyo valor paisajístico es sensiblemente inferior al que presentan las áreas de pinar y monte bajo colindantes. Pero en este mismo desinterés influye todavía más el inconveniente que supone para la gestión urbanística unos suelos excesivamente parcelados, como son las áreas cultivadas de La Marina, frente al predominio de propiedad media y grande en los sectores forestales, que sustentan promociones de cierta entidad, sin costosos problemas de reparcelación urbanística. Por último, caben consideraciones sobre el valor del suelo, siempre más elevado en áreas con función productiva; al igual que el mismo proceso de funcionalización del uso del suelo, que se produce mientras el turismo no actúa de manera exclusiva.

No obstante, los términos del problema varían sustancialmente cuando la presión inmobiliario-turística se desencadena sobre términos municipales cuya diversidad fisiográfica y agraria es escasa; en tales casos la selección y ocupación de suelos es progresiva desde la costa y no suele establecer distinciones entre áreas más o menos aprovechadas. Así ocurre en la costa noroeste de Denia, donde el turismo afecta a un único terrazgo, el naranjal, o en el sur, donde desaparece progresivamente el secano, sin más funcionalización que la selección que imponen los propietarios del suelo.

En un intento de síntesis, se pueden caracterizar tipos de municipios con problemas similares:

a) Municipios costeros sin agricultura importante, donde la eliminación del suelo cultivado es irreversible, quedando únicamente enclaves o franjas cuyo futuro parece incierto, salvo en casos donde de forma muy puntual se mantiene algún regadío.

b) Los municipios de segunda línea, donde se funcionaliza el uso del suelo, de manera que se clasifica como urbanizable el espacio no productivo. En tales casos la crisis de la agricultura viene dada por otro tipo de competencias y dependencias respecto al espacio turístico costero.

c) Los municipios costeros que mantienen una base agraria relevante muestran grandes contradicciones; hasta la fecha se resolvían por sectorización de usos, proceso que se desarrolla de forma no regulada; tal es el caso de Guardamar del Segura, que mantiene su agricultura en la zona aluvial y en los glaciares del campo. El problema surge cuando las expectativas inmobiliarias comienzan a contraer el espacio productivo, como ocurre en El Pilar y el mismo Guardamar. Pero se agrava cuando la base territorial homogénea impide funcionalizar los usos, hecho que condiciona la pérdida de regadío en Vergel e inmediaciones y en la costa de la provincia de Valencia, mientras que el problema de El Pilar se extiende hacia el Mar Menor en Murcia.

Como ejemplo absolutamente singular, el de Callosa d'en Sarrià cuyo PGOU rechaza la penetración del turismo residencial, tema en el que influye la presencia de una sociedad local de pequeños productores que comercializan en común y su interés por mantener la tierra. No lo es menos el carácter de valor refugio que tienen las transformaciones agrarias realizadas por profesionales que obtienen sus mayores beneficios en la vecina costa. El problema se centra en saber cuánto tiempo podrá resistir la agricultura ante las medidas de la PAC y el escenario de competitividad internacional.

Por último, conviene insistir en la influencia que la estructura de la propiedad de la tierra ejerce en tales procesos, ya que la explicación más convincente a la transformación del frente costero de La Horadada se encuentra en el

hecho de que dicho espacio es uno de los escasos dominios de la gran propiedad, que ha variado sus planteamientos de rentabilidad. Desde los años en que se transformaron en regadíos, la situación de la agricultura, la falta y encarecimiento de la mano de obra y el beneficio que, a más corto plazo, supone la urbanización, han decantado la clasificación de suelo urbanizable en el planeamiento.

5.3. El futuro de las áreas productivas y la expansión del turismo: hacia una necesaria complementariedad entre las estructuras agrarias modernas y competitivas y la especialización turística cualificada y ordenada.

No hay duda de que los procesos de transformación espacial inducidos por la implantación territorial del turismo han motivado la desaparición de sistemas agrarios de escasa rentabilidad, aunque, como se ha podido comprobar, también contribuyen, en menor proporción, a la contracción de regadíos tradicionales, que debían haberse preservado. Como contraposición, se han configurado, desde lógicas diferentes, espacios de agricultura innovadora, muy capitalizados e integrados en mercados exteriores.

En cualquier caso, se pone de manifiesto que no ha existido complementariedad o simbiosis entre las dos actividades y que, si esta se produce, es una situación transitoria o de dependencia a favor del turismo. Las áreas donde se expande la nueva agricultura se rentabilizan por medio de producciones que no se canalizan hacia el mercado turístico cercano, mientras que el planeamiento urbanístico sirve los intereses del sector inmobiliario y las posibilidades de integración no se realizan, a pesar del interés de diversificar los usos del suelo.

Contra lo que pudiera parecer, el impacto más negativo del turismo sobre la agricultura no ha sido el consumo de áreas de cultivo, cuando sabemos que la mayor parte del suelo promovido se asienta en terrenos con escaso o nulo valor agrícola, sino la liquidación de la sociedad rural, la venta del suelo y la imposición de lógicas de atribución de valor que impiden mantener una actividad agraria ordenada, compatible con la expansión residencial.

Si el turismo ha transformado y elevado, como en otros ámbitos, el nivel de vida de la población, superando las deficiencias de una agricultura estancada, en otros casos y de forma muy especial cuando emerge una agricultura innovadora, hay una necesidad de garantizar la permanencia del espacio productivo, argumentada desde criterios medio ambientales, productivos y sociales. Para ello se manejan distintas vías:

— Propuestas que permitan resolver los conflictos sobre usos del suelo (López Palomeque, 1987), que deben integrarse en los planeamientos municipales, y soluciones para el problema del agua.

— Frente a la preponderancia de objetivos sectoriales, buscar líneas de integración y complementariedad (Salva, 1987), en relación con cultivos, demandas y asignación de recursos básicos. Se puede pensar en el tema del reciclaje de aguas residuales como una forma de complementariedad, que ya están dando resultados en ejemplos como el municipio de Alicante (golf El Plantío).

— Potenciar cultivos y formas de comercialización que optimicen las inversiones. El éxito de las asociaciones de productores agrarios en zonas de agricultura familiar es un tema importante a considerar; además de que las áreas de pequeña propiedad

se han decantado por una agricultura que se fundamenta en el trabajo directo, único sistema que parece viable (García Manrique, 1981).

— Ante los problemas de escasez y alto precio del suelo, que impiden racionalizar las explotaciones, se plantean alternativas como la adquisición de tierras por las colectividades municipales. Hay precedentes, como el de la **Unió de Pagesos**, en Torroella de Montgrí, citado por López Palomeque, donde se propone la creación de un banco de tierras para disponer de suelo a precios de mercado agrícola y poder ampliar las explotaciones de un sector agrario moderno y competitivo amenazado por la urbanización turística.

— La posibilidad de fomentar un verdadero turismo rural en municipios interiores que, contra todo lo que se ha venido haciendo hasta la fecha, no consisten precisamente en trasladar o retranquear los mecanismos de producción y consumo de suelo que han caracterizado a la franja litoral, sino en desplegar iniciativas de recuperación del patrimonio inmobiliario tradicional y conservación del paisaje rural.

Es posible que, como se ha dicho para la Costa del Sol, el futuro de esta agricultura tenga al turismo como mejor aliado en potencia (Marchena, 1987), hecho que, hasta ahora, ha resultado imposible. La búsqueda de una agricultura que no viva de espaldas al turismo, sino articulada con su mercado parece un proceso dificultoso, cuando se trata de lógicas tan contrastadas. Pero sí es posible compatibilizar ambas actividades y rentabilizar los beneficios de su complementariedad, como señala el profesor López Palomeque.

No se trata de adaptaciones que impliquen dependencia, y hay que insistir en que el abandono relativo de tierras —salvo en áreas

marginales— no es más que una espera hacia la revalorización con fines de urbanización, mientras que la agricultura a tiempo parcial — en los casos estudiados aquí— es el tránsito hacia el éxodo rural. Por lo demás, parece ingenuo pensar en una simbiosis derivada de que las producciones agrícolas satisfagan la demanda de una población turística; a lo más que se llega a pequeños niveles de abastecimiento que afectan a áreas muy concretas, ya que la realidad de las nuevas agriculturas se relaciona con la monoproducción y especialización y consiguiente demanda en mercados internacionales.

Se ha señalado que la agricultura no ha sido tanto conquistada espacialmente por el turismo, como abandonada por su mano de obra, harta de una situación secular muy deficiente y esperanzada en unos nuevos horizontes económicos. Se trata ahora de buscar la consolidación y fruto de una agricultura que, desde la competencia que se impone a escala internacional, es perfectamente viable y compatible con una actividad turística especializada y con un papel clave en el futuro económico valenciano.

Bibliografía

- Alvarez Cuervo, R.; Bote Gómez, V. (1985-86): «Turismo rural en Andalucía: importancia actual y recomendaciones para el diseño de una política integral sobre el turismo en espacio rural». En *Revista de Estudios Regionales*, vol. VI, pgs. 209-238, Instituto de Desarrollo Regional. Málaga.
- Andrés Sarasa, J. L. (1987): «Relaciones entre agricultura y turismo en la comarca del Mar Menor (Murcia)». En *Actas del IV Coloquio Nacional de Geografía Agraria. Canarias, abril de 1987*, AGE, pgs. 7-18. La Laguna.
- Bote Gómez, V. (1979): «El turismo rural en España: una estrategia artesanal para un turismo masivo». En *Revista de Estudios Agro-sociales*, núm. 109, MAPA, pgs. 29-51. Madrid.
- Domínguez Rodríguez, R. (1985): «Las grandes propiedades agrícolas en el proceso de urbanización de Marbella». En *Actas del IX Coloquio de Geografía. Murcia*, 11 pág. AGE-Dep. de Geografía. Murcia.
- Esteban i Noguera, J. (1981): *Elementos de ordenación urbana*. Ed. La Gaya y Colegio de Arquitectos de Cataluña. Barcelona.
- Fernández, T. R. (1979): *Manual de Derecho Urbanístico*. Ed. Abellá. Madrid.
- Ferré Bueno, E. (1985): «El turismo como devorador en la costa del Sol Occidental malagueña: el caso de Marbella». En *Actas IX Coloquio de Geografía. Murcia*, vol. II, 12 pág. AGE-Dep. de Geografía. Murcia.
- García Delgado, J. L., y Muñoz Ciudad, C. (1989): «La agricultura: cambios en los últimos decenios». En *España Economía*. Espasa-Calpe. pgs. 199-153. Madrid.
- García Manrique, E. (1981): «El futuro de la agricultura en un litoral turístico: La Costa del Sol». En *Coloquio Hispano-Francés sobre espacios litorales*. Pgs. 503-514. Casa de Velázquez. Madrid.
- García Manrique, E. (1981): «La influencia de la propiedad en la formación del paisaje agrario en la costa mediterránea andaluza». En *La propiedad de la tierra en España*. Dpto. de Geografía. Unive. de Alicante.
- Gaviria, M. (1978): «La competencia rural-urbana por el uso de la tierra». En *Agricultura y Sociedad*, núm. 7, pgs. 245-261. Ministerio de Agricultura. Madrid.
- Gómez Moreno, M. L. (1983): «Competencia entre agricultura y turismo por el dominio del espacio: El caso de Benalmádena». En *Baética*, núm. 6, pgs. 113-158. Universidad de Málaga. Málaga.
- Jung, J. (1972): *La ordenación del espacio rural*. IEAL, 439 pgs. Madrid.
- Jurdao Arronés, F. (1979): *España en venta: la compra de suelos por extranjeros y colonización de campesinos en la Costa del Sol*. Ed. Ayuso. Madrid.
- Justicia Segovia, A.; Escudero Gallego, C. (1985): «El impacto del turismo en la actual organización del espacio agrario en el municipio de Marbella». En *Actas del IX Coloquio de Geografía. Murcia*, 11 pgs. AGE-Dep. de Geografía. Murcia.
- Leal, J. L.; Leguina, J. y otros (1977): *La agricultura en el desarrollo capitalista español (1940-1970)*. Ed. Siglo XXI, 248 pág. Madrid.
- López de Sebastián, J. (1975): *Economía de los espacios de ocio*. 303 pág. IEAL. Madrid.
- López de Sebastián, J. (1977): *Destrucción de recursos naturales y ordenación territorial*. Ediciones Mundi Espasa. Madrid.
- López Palomeque, F. (1987): «Competencias espaciales entre agricultura y turismo: La importancia del "recurso suelo" y del "recurso agua". El caso de Torroella de Montgrí (prov. de Gerona)». En *Actas del IV Coloquio Nacional de Geografía Agraria. Canarias, abril de 1987*, pgs. 107-119. AGE-Univ. de La Laguna. La Laguna.

- Marchena Gómez, M. (1987): *Territorio y turismo en Andalucía*. Sevilla. Junta de Andalucía. 305 pgs.
- Marchena Gómez, M.; Marquez Domínguez, J. (1987): «Procesos y expectativas de agricultura y turismo en el litoral de Huelva». En *Actas del IV Coloquio Nacional de Geografía Agraria. Canarias, abril de 1987*, pgs. 120-138. AGE-Unive. de La Laguna. La Laguna.
- Martín Mateo, R.; Vera Rebollo, J. F. (1989): «Problemas de ordenación territorial y urbanística en el litoral survalenciano». *Revista de Derecho Urbanístico*, núm. 114, pgs. 13-27. Madrid.
- Martín Mateo, R. y Vera Rebollo, J. F. (1993): *Aplicación de la nueva legislación sobre costas en la franja litoral de la Comunidad Valenciana: resultados y expectativas*. Centro de Publicaciones, MOPT. Madrid.
- Martín Mateo, R.; Pedreño, A., y Vera, J. F. (1993): *Modelo territorial y desarrollo económico*, Ponencias 2º Congrés d'Economia Valenciana. Instituto Valenciano de Investigaciones Económicas. Valencia, 74 ff.
- Parejo Alfonso, L.; García de Enterría, E. (1985): *Lecciones de Derecho Urbanístico*. Ed. Cavitas. Madrid.
- Pizzorno, A. (1962): «Développement économique et urbanisation». *Actes du cinquième Congrès mondial de Sociologie*, pgs. 91-123. Lovaina. Ass. Int. Soc. Washington.
- Rambaud, P. (1969): *Société rural et urbanisation*. 342 pgs. Ed. du Seuil. París.
- Romero González, J. (1989): *La agricultura valenciana en el proceso de industrialización y urbanización*. Conselleria de Agricultura y Pesca, 258 pgs. Valencia.
- Romero González, J.; Vera Rebollo, J. F.; Obiol, E. (1988): *El mercado de la tierra en el País Valenciano*. Institució Valenciana d'Estudis e Investigació. Valencià (en prensa).
- Salva Tomás, P. (1987-79): «Las funciones residencial y de ocio como elementos de transformación del espacio rural de la Serra de Tramuntana de la isla de Mallorca». En *Trabajos de Geografía*, núm. 35, pgs. 163-172. Dep. de Geografía. Palma.
- Salva Tomás, P. (1987): «Competencias espaciales entre agricultura y turismo». *Ponencias IV Coloquio Nacional de Geografía Agraria. Canarias*.
- Valenzuela Rubio, M. (1986 b): «Conflicts spatiaux entre tourisme et agriculture dans les régions méditerranéennes espagnoles». En *Le tourisme contre l'agricultúre? Enjeux fonciers en pays méditerranéennes*, pgs. 311-320. ADEF. Madrid.
- Vera Rebollo, J. F.; Canales, G. (1985): «La transformación de los espacios de monte en la comarca del Bajo Segura». En *III Coloquio Nacional de Geografía Agraria*, AGE. Cáceres.
- Vera Rebollo, J. F. (1987): *Turismo y urbanización en el litoral alicantino*. Instituto J. Gil Albert. 437 pgs. Alicante.
- Vera Rebollo, J. F.; Ponce Herrero, G.; Marco Molina, J. (1987): «Usos del suelo en el litoral suralicantino: Competencias y propuestas de utilización». En *Actas del IV Coloquio Nacional de Geografía Agraria. Canarias, abril de 1987*, pgs. 175-188. AGE-Univ. de La Laguna. La Laguna.
- Vera Rebollo, J. F. (1990): «Turismo y territorio en el litoral mediterráneo español». En *Estudios Territoriales*, núm. 32, MOPU. Madrid.
- Vera Rebollo, J. F. (1992): «El turismo». En *Estructura Económica de la Comunidad Valenciana*. Ed. Espasa-Calpe, Biblioteca de Economía, serie manuales. Madrid.

Consideraciones sobre la Reordenación y Revitalización de Núcleos Turísticos. Revisión de Procesos y Experiencias

* Salvador Antón Clavé

Resumen:

A finales de los años ochenta se han detectado en España una serie de fenómenos que ponen de manifiesto la pérdida de validez del modelo de desarrollo turístico impulsado desde la década de los años sesenta. Esta situación ha convertido la industria turística española en extremadamente vulnerable frente a la previsible evolución de la demanda a corto y medio plazo. En determinados núcleos y para determinados tipos de oferta se ha iniciado ya una fase de declive e incluso se han planteado propuestas de reordenación. Tanto el Libro Blanco del Turismo Español (1990) como el Plan Marco de Competitividad del Turismo Español (1992) se han hecho eco de la situación y sugieren cambios de estrategia.

En relación a esta situación, el artículo plantea algunas cuestiones relativas a los efectos territoriales de los procesos de desarrollo turístico. Se revisan los procesos de cambio y crisis detectados en Gran Bretaña que han incidido en el declive de determinadas localidades turísticas. Se discute el modelo del ciclo de vida del núcleo turístico –resort life cycle– como marco analítico de referencia. Finalmente se exponen algunos criterios de reordenación y rehabilitación y se explican brevemente algunas experiencias concretas en Gran Bretaña.

PAPERS DE TURISME, 11, pp. 33-47, 1993

*Salvador Antón Clavé

Profesor de Análisis Geográfico Regional en la Universitat Rovira i Virgili de Tarragona y profesor invitado en University of Exeter, G.B., en 1992.

Consideraciones sobre la Reordenación y Revitalización de Núcleos Turísticos. Revisión de Procesos y Experiencias

* Salvador Antón Clavé

1. Introducción

A finales de los años ochenta se han detectado en España una serie de fenómenos que, sin ser generalizables al conjunto de la actividad y para todas las localidades turísticas (Marchena, 1991: 403), ponen de manifiesto la pérdida de validez del modelo de desarrollo turístico impulsado desde la década de los años sesenta (Cals, 1991: 11; Torres Bernier, 1989: 247). Deben señalarse como factores explicativos de esta evolución una serie de problemas básicos que han convertido la industria turística española en extremadamente vulnerable frente a la previsible evolución de la demanda a corto y medio plazo (Prats-Manchón, 1989: 15-17).

Cuestiones como los problemas ambientales y de infraestructuras, los cambios en las motivaciones de la demanda, los reajustes económicos en los países emisores tradicionales y, especialmente, la reducción de los diferenciales de rentas, precios y salarios entre España y los principales países emisores y la competencia de otros destinos se apuntan como los principales factores que han provocado la recesión del mercado turístico internacional de sol y playa en España. El desarrollo de la demanda interna, la generalización de hábitos vacacionales residenciales y la propia dinámica de producción de suelo en las áreas

de recepción son elementos que también deben ser tenidos en cuenta. A ellos debe añadirse, además, la insuficiente adaptación de la oferta existente a las necesidades de la actual industria turística internacional, caracterizada por la flexibilidad, la segmentación y la comercialización de experiencias basadas en la 'autenticidad' (Poon, 1989). Como consecuencia de todos estos factores, en determinados núcleos y para determinados tipos de oferta se ha iniciado ya una fase de declive e incluso se han planteado propuestas de reordenación.

A una escala más general, el propio *Libro Blanco del Turismo Español* (Secretaría General de Turismo, 1990: 49) sostiene, en este sentido, la necesidad de "replantear el modelo de crecimiento seguido hasta ahora". Por su parte, el *Plan Marco de Competitividad del Turismo Español* (Secretaría General de Turismo, 1992: 72) admite como necesario "un cambio de estrategia que permita, en primer lugar, la recuperación del interés y el atractivo que el turismo español ha tenido durante los últimos años y, en segundo, la mejora de la competitividad de la industria turística aprovechando las nuevas oportunidades surgidas".

Ha sido señalado que este proceso, cuyo desarrollo previsiblemente heterogéneo no parece exento de problemas y conflictos, no debería implicar la expansión de la oferta, especialmente la residencial. En las zonas saturadas resultaría más apropiado un enfoque cualitativo del ocio, mediante la prolongación de la temporada y la búsqueda de otras formas alternativas que complementen y modifiquen la oferta" (Vera, 1988: 15). Se ha planteado, en este sentido, la necesidad de impulsar ofertas turísticas específicas y cualificar la oferta tanto del lado de la demanda como de la oferta (intervención infraestructural, integración territorial, menor

densidad, oferta complementaria) (Marchena, 1991; Vera, 1991).

Salvando diferencias cronológicas, culturales, económicas e institucionales, puede ser oportuno plantear, en este marco en transformación, una revisión general de diversas aportaciones, que, desde diferentes perspectivas, en otros contextos nacionales y para dinámicas de desarrollo parcialmente diferentes, plantean cuestiones, modelos y experiencias relativas a los procesos de cambio, regeneración y revitalización de núcleos turísticos. De hecho, es éste un fenómeno relevante en múltiples países europeos. Tanto es así que incluso se ha afirmado, dada su magnitud y su importancia, que no es inconcebible que "en las décadas futuras algunos núcleos turísticos sustituyan las comunidades industriales siderúrgicas o textiles como preocupación principal de las políticas económicas regionales" (Williams-Shaw, 1992: 272).

Con este objetivo, en este artículo se plantean, en primer lugar, algunas cuestiones relativas a los efectos territoriales de los procesos de desarrollo turístico. Se apuntan, en particular, los procesos de cambio y crisis detectados en Gran Bretaña a raíz de la aparición de nuevas preferencias vacacionales y de nuevas estrategias de producción turística. Los fenómenos de declive de determinadas localidades turísticas y su posible cambio de rumbo son tratados específicamente en el segundo apartado. Para ello se discute el modelo de ciclo de vida del núcleo turístico *-resort life cycle-* como marco analítico de referencia y se alude a las estrategias de reestructuración económica detectadas en determinadas localidades turísticas británicas. Finalmente, a partir de estas consideraciones se exponen algunos criterios de reordenación y rehabilitación y se explican brevemente algunas experiencias concretas.

2. Cambio y crisis: efectos territoriales de los procesos de desarrollo turístico

El propio proceso de desarrollo de asentamientos turísticos en el litoral mediterráneo español durante los últimos treinta años está asociado, inicialmente, al nacimiento de un mercado turístico internacional de masas en los países más ricos de Europa (Prats-Manchon, 1989: 7). Este fenómeno provocó, con la consolidación de las vacaciones turísticas en núcleos especializados fuera del país de residencia como hábito de consumo estable, procesos de estabilización y de declive de los núcleos turísticos tradicionales de los propios países emisores que tuvieron efectos devastadores sobre su ocupación, sus inversiones y sus ingresos. La existencia de múltiples pequeños negocios complicó, además, su capacidad de respuesta a los cambios de la demanda y su adaptación a las políticas turísticas y económicas implementadas. Más recientemente, otros procesos de carácter cultural y social han reforzado esta dinámica. Así, paralelamente a la crisis de los núcleos turísticos tradicionales, nuevas regiones y localidades han sido objeto de desarrollo turístico.

Además de la inicial internacionalización de la industria turística y de la aparición de los 'paquetes turísticos' que proporcionaron sol, mar, mejores alojamientos y la emoción de la diferencia a menor precio que en los propios núcleos turísticos *-resorts-* de los países emisores, otros factores deben ser considerados para explicar la evolución hasta la actualidad de las tradicionales localidades turísticas de tales países. En el caso británico, por ejemplo, (Bagguley et al, 1990: 79-82; Urry, 1990) deben considerarse, además:

– la pérdida de 'excepcionalidad' de los núcleos turísticos tradicionales con respecto al

resto de ciudades y a determinados espacios rurales y naturales. Sus rasgos distintivos en tanto que lugares extraordinarios para la recreación y el ocio se han vuelto comunes debido a la generalización de instalaciones recreativas y posibilidades lúdicas en muchos otros entornos;

– el rápido desarrollo de nuevos intereses turísticos y de nuevos tipos de lugares que visitar, especialmente ciudades históricas y espacios de interés natural y paisajístico (*'history and heritage'*). Además, con la rápida y generalizada desindustrialización del país, las propias ciudades industriales y su patrimonio han adquirido una importancia creciente como motivos de atracción turística;

– la existencia de procesos demográficos y sociológicos que han contribuido a la reducción de la demanda de cierto tipo de núcleos turísticos: la disminución de la proporción de trabajadores manuales, el declive de la población residente en las mayores conurbaciones, especialmente en el norte de Inglaterra; el gradual traslado de población hacia el sur; la disminución de la proporción de población que vive en unidades familiares convencionales; la creciente importancia del grupo en detrimento de la familia en las actividades de vacaciones y ocio y la arrolladora importancia del coche en la mayoría de viajes domésticos.

Estos fenómenos han roto con unas prácticas vacacionales iniciadas en Gran Bretaña ya en el siglo XIX. Se ven afectados, en términos generales, tanto los *working-class resorts*, núcleos turísticos para la clase obrera desarrollados ya desde mediados del siglo XIX en las cercanías de las ciudades industriales, y ampliamente popularizados durante el período de entre-guerras y después de la segunda guerra mundial (Soane, 1992), como las localidades que, con mejores alojamientos, un

entorno más atractivo y un tono social más elevado han acogido a los grupos sociales más adinerados. En Morecambe, por ejemplo, “entre 1973 y 1987 el número de pequeños hoteles y pensiones cae desde 640 a 267 y el número de camas desde 12.340 a 7.115. Muchos de los hoteles se convierten en alojamiento para personas procedentes de hospitales psiquiátricos, gentes que necesitan apoyo económico y ancianos” (Urry, 1990).

Según un informe del English Tourism Board, en 1990 los *resorts* más pequeños pierden como mínimo la mitad de su mercado respecto a 1970. Sin embargo, se ha incrementado el tiempo de ocio y, a pesar que las vacaciones principales se realizan en mayor proporción fuera del país, se generalizan las segundas y terceras vacaciones, especialmente en forma de *short breaks* (3 noches o menos). De ahí, que, a pesar del declive de los *resorts*, se estima que en 1990 los viajes turísticos domésticos en Gran Bretaña fueron cerca de 78 millones (21’5 millones de vacaciones cortas, 24 millones de vacaciones largas, 32 millones de otro tipo). Asimismo, se realizaron 550 millones de *day trips* (viajes de más de 3 horas o más de 20 millas de recorrido). Además, el número de visitantes extranjeros en 1989 fue de cerca de 17 millones (English Tourism Board, 1991).

La demanda, en estos casos, se dirige, indistintamente a los espacios rurales y naturales, a los *resorts* y a las ciudades históricas. Los núcleos turísticos británicos reaccionan a estas transformaciones ajustando, en ocasiones de forma espontánea y dramática, sus instalaciones a estas modalidades vacacionales y generando nuevas ofertas de carácter recreativo y comercial especializado.

Desde determinadas perspectivas se han explicado algunos de estos procesos a partir de la caracterización de la ‘cultura’

contemporánea como ‘post-moderna’. Esta caracterización no puede separarse de la transformación del papel social de las clases sociales británicas durante las dos últimas décadas, especialmente el debilitamiento del poder colectivo de la clase obrera -que de forma generalizada ha sustituido sus tradicionales destinos vacacionales británicos por otros mediterráneos- y la creciente relevancia social de las clases medias y de servicios. Estas clases han abandonado ciertas prácticas tradicionales del turismo de masas y, más allá de los *resorts*, han convertido todo tipo de lugares en espacios susceptibles de consumo turístico, en lugares de ocio. Es lo que John Urry denomina “universalización de la mirada turística” (1990: 125).

Desde una perspectiva territorial, en suma, esta transformación ha provocado, al menos en el caso británico, una crisis profunda en los núcleos turísticos tradicionales, que se han convertido, para determinados segmentos del mercado turístico interior, en una creación particular de carácter poco civilizado, de mal gusto y que puede ser visitado pero excluido como destino vacacional. En cambio, han emergido nuevos territorios turísticos en el marco de propuestas incipientes de diversificación económica en el espacio rural, en los espacios naturales y en las ciudades industriales. Las propias autoridades locales y determinados agentes económicos han promocionado crecientemente el turismo en estas áreas como una vía estratégica para generar puestos de trabajo e ingresos.

3. Declive y reestructuración de núcleos turísticos: modelos y procesos

Numerosos estudios empíricos de carácter espacio-temporal han puesto de manifiesto que los núcleos turísticos son lugares dinámicos en

los que las características y dimensiones de su producto varían tanto a causa de los cambios en la demanda como a causa de su dotación de infraestructuras, ya sean privadas o públicas (Gordon-Goodall, 1992: 41). Estas apreciaciones han sido generalizadas en el modelo conocido como *resort life cycle* -ciclo de vida del núcleo turístico- que, en su versión más difundida, ha sido conceptualizado por R.W. Butler (1980). El modelo se concibe como una aplicación específica del concepto, desarrollado en el campo del marketing, de ciclo de vida de un producto (Cooper, 1992).

En términos generales, el modelo prevé una relación positiva entre el incremento del número de visitantes y el desarrollo turístico, especialmente en materia de alojamiento. Sugiere, asimismo, que existe una jerarquía de *resorts* que se puede definir en función de su nivel de desarrollo, tipo de alojamientos, grado de participación del empresariado local y foráneo y estatus de los visitantes. Butler propone una evolución en seis fases: exploración, participación, desarrollo, consolidación, estancamiento y post-estancamiento. Dadas las características de cada una de ellas, la evolución del núcleo turístico tiende, gráficamente, a adoptar una forma de S. Admite, sin embargo, que, según sean las decisiones de los agentes económicos, la fase de post-estancamiento puede presentar diversas posibilidades.

El declive –una de alternativas previstas en el modelo– deriva de la incapacidad de competir. Contempla, sin embargo, que, si se toman medidas previas de reorientación el declive puede ser sustituido por diferentes grados de revitalización. Anticipa, por lo tanto, la necesidad de asegurar un exitoso desarrollo de los *resorts* más allá de la inevitable –según el modelo– llegada a una fase de estabilización que pueda conducir al declive. Dado su

carácter elemental, es ésta una de sus principales aportaciones.

El modelo ha sido ampliamente discutido a causa de sus limitaciones teóricas y sus carencias (Agarwal, 1992). Así, a nivel general, se ha señalado que existen diversidad de posibles ciclos de evolución que pueden no seguir de forma explícita el proceso propuesto; que el modelo ignora la posibilidad que factores externos influyan la evolución del núcleo turístico; que no tiene en cuenta cuestiones de escala; que es monosectorial o que presenta el destino turístico como un producto singular cuando, a diferencia de un producto, un *resort* es un mosaico de elementos diferentes (hoteles, parques, etc.) que presentan, cada uno de ellos, su propio ciclo (Haywood, 1986; Gordon-Goodall, 1992). Por otra parte, si bien ha sido útil desde un punto de vista teórico y analítico, ha resultado más complejo utilizarlo como instrumento para la planificación estratégica o aplicarlo como instrumento de previsión.

Sin embargo, múltiples estudios han sido realizados en el marco conceptual trazado por el modelo. Especial atención se ha dedicado, entre otras, a cuestiones tales como el impacto de las decisiones y estrategias empresariales en la evolución de los núcleos turísticos (Debbage, 1990); el papel del estado y del contexto local en relación a las acciones de los inversores extranjeros (Ioannides, 1992); las diferencias de percepción ambiental en las distintas fases del ciclo (Meyer-Arendt, 1985) o, especialmente, el análisis de los procesos de cambio desarrollados a partir de la fase de estancamiento (Strapp, 1988; Cooper-Jackson, 1989; Getz, 1992). Tales aportaciones han permitido observar, asimismo, la incidencia de los factores externos en la propia evolución y, en determinadas circunstancias, el declive de los *resorts* (especialmente, a nivel de desarrollo comparado, de rivalidad entre áreas

turísticas, de desarrollo de nuevas atracciones, de legislación y decisiones públicas, de precios, etc).

En este marco analítico se admite que, generalmente, el declive de un núcleo turístico refleja tanto cuestiones relativas a las características de su mercado turístico como a la magnitud y calidad de su oferta, cuya capacidad es limitada a diferentes niveles (infraestructural, recreativo, ambiental, etc). Si bien en ningún caso el modelo incluye explícitamente cuestiones relativas a la capacidad de carga del núcleo turístico y si bien, en esta materia, las definiciones ambiental, perceptiva y económica del concepto pueden diferir –cuestión que dificulta, además, su aplicación operativa–, el modelo ha sido también interpretado, a partir de este planteamiento, como un modelo de masificación (Gordon-Goodall, 1992: 44). Así, por ejemplo, desde un punto de vista estrictamente ambiental, el modelo ha sido formalizado de manera que ha sido posible plantear, entre otras cuestiones, que las variaciones en el ciclo de vida entre diversos núcleos o áreas turísticas reflejan diferencias en la capacidad de gestionar o restringir los procesos que conducen a la masificación y a la degradación ambiental (Gordon, 1992).

De hecho, diferentes reformulaciones han ampliado su espectro conceptual. Por una parte, se han diferenciado de manera sistemática tres focos cuya gestión y evolución es fundamental a fin de superar positivamente la fase de estancamiento: el producto, el espacio edificado y el medio ambiente (Gordon-Goodall, 1992). Por otra, se ha discutido en profundidad acerca de su conexión, especialmente en lo referente a la fase de estancamiento y posteriores, con la teoría de la reestructuración (Agarwal, 1992). Esta circunstancia ha permitido incorporar el análisis de la dinámica de los núcleos

turísticos en su fase de declive y revitalización a una de las principales corrientes de debate sobre el papel de los servicios en el desarrollo urbano y regional en una etapa de reestructuración global de la economía (Marshall Wood, 1992).

En este último sentido, los procesos de reestructuración que han sido detectados en los núcleos turísticos británicos son los siguientes (Urry, 1987; Baguley et al., 1990: 82-85):

- a) Crecimiento del alojamiento *selfcatering*: incremento del número de noches de vacaciones en apartamentos, caravanas y tiendas y disminución del número de noches en hoteles y pensiones.
- b) Racionalización, especialmente cierre de instalaciones recreativas y alojamientos y conversión de hoteles en residencias para ancianos, que no están sujetos a los mismos problemas de extrema estacionalidad que el resto de la demanda. Esta dinámica refleja la disminución del número de visitantes, particularmente de los que se desplazan más de una semana.
- c) Flexibilización numérica, funcional, salarial y de contratación y cambios en el mercado de trabajo, especialmente incremento de trabajadoras a tiempo parcial en hotelería y restauración.
- d) Mejora de la calidad a través de la provisión de mejores alojamientos para competir con otros destinos y de la sustitución del trabajo doméstico no cualificado por obreros con formación profesional.
- e) Centralización a través de la formación de consorcios hoteleros que pueden economizar en una gran variedad de funciones como marketing, compras, arbitrajes, instrucción y reservas.

Otras dinámicas de reestructuración en el campo de los servicios turísticos de carácter más general como el crecimiento de las empresas dedicadas al ocio y el desarrollo de 'paquetes turísticos' no son considerados en este contexto. Por otra parte, cuestiones como la morfología urbana, el medio ambiente o, incluso, la comunidad de recepción tienen también importancia desde el punto de vista de la reestructuración de los núcleos turísticos (Agarwal, 1992).

4. Estrategias de reordenación y rehabilitación

4.1. Orientaciones y criterios de reordenación

Las experiencias de revitalización y de nuevo desarrollo difícilmente se producen sin un proceso de reordenación estratégica definido. El grado de complejidad de la estructura turística consolidada dificulta, sin duda, el proceso de reorientación. Además, los costos sociales y económicos de la inexistencia de propuestas específicas de rehabilitación complican substancialmente el ajuste. De ahí que sea importante trazar, a pesar de los problemas derivados de la propia naturaleza del sector público y de la fragmentación de la industria turística, estrategias de desarrollo y marketing que, con la participación de ambos sectores, permitan precisar las acciones a promover. Un problema complementario es la existencia de diferentes niveles de administración que pueden no coincidir en cuanto a sus objetivos y prioridades. En determinados casos, las autoridades locales, pese a su pequeña dimensión, son los principales agentes con capacidad de movilizar y facilitar inversiones en nuevas infraestructuras e instalaciones.

Las alternativas a tomar por parte de los agentes públicos y privados una vez el núcleo turístico ha llegado a una fase de estancamiento o declive son diversas. El declive puede comportar desde el desarrollo de una base económica diferente o más diversificada hasta la realización de un esfuerzo inversor concertado que permita sustituir el producto obsoleto por un producto nuevo, más competitivo y adaptado a los cambios acaecidos en el mercado (Williams-Shaw, 1992; Goodall, 1992). Tomando como referencia el modelo de resort life cycle y manteniendo el turismo y la recreación como principales actividades productivas, N.P. Diamond diferencia, en este sentido, cuatro posibilidades (citado en Cooper, 1992):

a) Cambio de dirección: implica un esfuerzo concertado entre administración y empresa para frenar la caída de visitantes invirtiendo en desarrollo planificado y marketing (p.e. Scheveningen en Holanda).

b) Crecimiento sostenible: implica el mantenimiento, en condiciones externas desfavorables, de los mercados existentes con pocos incrementos más allá de la demanda fiel (p.e. redotación con atractivos para todo el año de ciertos resorts pequeños y medianos del norte de Inglaterra).

c) Crecimiento progresivo: implica promover nuevos productos e introducir nuevos proyectos de desarrollo a medida que el resort se dirige a nuevos segmentos de mercado (p.e. estrategia de Bournemouth, en Inglaterra, en materia de recreación).

d) Turismo selectivo: implica capitalizar únicamente ciertos segmentos de mercado a partir los puntos fuertes de los resorts (p.e. concentración de vacaciones familiares y mercado educativo en Swanage, Inglaterra).

Puede entenderse, además, que una de las cuestiones clave para la evolución futura de los resorts es el estado del medio ambiente (Goodall, 1992). Una vez que el desarrollo lo ha deteriorado, si es mantenido en un estado degradado (polución, basuras, ruido, pérdida de paisaje natural, destrucción de flora y fauna, congestión, etc.), los ingresos turísticos tienden a disminuir. En el contexto de la reestructuración de los resorts turísticos litorales, las estrategias a adoptar para reducir este impacto se basan en la gestión de la relación entre visitantes y recursos y en la limitación del grado de degradación ambiental provocado por el turismo (controles en aguas residuales, controles de erosión en la costa, desaparición de dunas, vegetación y humedales) (Agarwal, 1992: 21).

Debe admitirse, además, que la regeneración de los núcleos turísticos especializados no sólo implica una mejora ambiental sino que debe ser contemplada como una oportunidad inestimable para ampliar, proteger y mejorar el entorno ecológico del resort (Shaw-Williams, 1992: 48). El rejuvenecimiento de la estructura urbana y del espacio construido, incluidos los edificios, es, asimismo, fundamental de cara a la rehabilitación del núcleo turístico. La obsolescencia y el deterioro conlleva una pérdida de demanda y una reorientación no productiva de los usos de los edificios. En particular, debe tenerse especial consideración en relación a las estrategias a adoptar a fin de que los propios ocupantes y propietarios participen de los procesos de renovación (Gordon-Goodall, 1992: 51).

La salvaguarda del entorno, la mejora de los estándares de vida de la población local y la satisfacción de las necesidades de los turistas, especialmente las recreativas, son la clave de un desarrollo turístico sostenible. Los resorts pueden responder a estas necesidades de manera diferente según su tamaño y el papel

del turismo en sus economías. Asimismo, pueden planificar de manera diferente cómo mejorar su producto turístico, qué productos introducir y hasta qué punto diversificar su base productiva. Las autoridades locales pueden promover estos procesos a través del marketing selectivo, controles estéticos, política restrictiva, control de alojamientos, inversiones en atracciones culturales, mejora ambiental y control público de las instalaciones recreativas.

4.2. Acciones de revitalización

En diferentes países del norte de Europa se han desarrollado estrategias de rehabilitación de núcleos turísticos tradicionales. A menudo han implicado la concreción de propuestas conjuntas entre los sectores público y privado a fin de tomar decisiones estratégicas que permitan encontrar nuevos mercados y recursos financieros. Sin embargo, mientras algunos resorts parecen conocer exactamente sus objetivos otros parecen haberlos perdido. Entre los núcleos que han prosperado se distinguen, por ejemplo Blackpool o Torbay en Inglaterra; Scheveningen en Holanda o Dieppe en la costa norte de Francia (Owen, 1990).

Con esta misma finalidad se han desarrollado, además, acciones públicas específicas. Así, en Inglaterra, por ejemplo, han sido promovidos diferentes *Local Area Initiative* en núcleos turísticos de costa (Weymouth, Weston-Super Mare, Brighton, Eastbourne y más generalmente, el North-West y la Lincolnshire Coast). El objetivo de la iniciativa, que se desarrolla al amparo de la campaña de promoción promovida por la British Tourist Authority ('Discover the English Seaside'), es encontrar nuevos mercados e inversores que permitan adaptar estos núcleos a las aspiraciones del turista actual. (Agarwal, 1992). Los resultados de este tipo de

actuaciones así como sus propias regulaciones son heterogéneos.

Diversos casos de gestión de núcleos turísticos en proceso de declive han sido explicados con un mínimo detalle en algunas publicaciones especializadas. A manera de conclusión, a continuación se realiza una breve exposición de algunas de las principales cuestiones que plantean. En el caso de la Isla de Man, un espacio turístico de origen victoriano y eduardiano que entra en una fase de declive a mediados del presente siglo (Cooper, 1990), por ejemplo, su programa de acción, que está complementado por planes de marketing y de desarrollo específicos, incluye las siguientes propuestas:

- 1) superar el desacuerdo existente hasta el momento entre las políticas de promoción seguidas y el control de las tendencias del mercado y de las inversiones en atracciones y distracciones;
- 2) coordinar el sector público y las iniciativas empresariales bajo la dirección del sector público;
- 3) aplicar planes de marketing para mantener la frágil posición de la isla como destino turístico y abrirla a nuevos mercados menos estacionales, especialmente *short holiday markets*: clubes, sociedades y tercera edad; mercado familiar; mercado de negocios lucrativo;
- 4) poner al día las instalaciones turísticas de la isla continuando con las ayudas y préstamos concedidos por el gobierno local para promover nuevas unidades de alojamiento y mejorar las existentes y abrir la isla a los nuevos mercados emergentes basados en recursos arqueológicos, históricos y naturales.

Un segundo caso conocido de reordenación y rehabilitación se localiza en Torbay, en el West

Country inglés (Shaw-Williams, 1992; Brown, 1988). La evolución de Torbay como núcleo turístico no puede separarse del proceso de desarrollo turístico de Devon, iniciado a mediados del siglo XVIII. La llegada del ferrocarril a mediados del siglo XIX acelera los parámetros del desarrollo turístico en la región. Torquay, uno de los actuales núcleos de Torbay, pasa de tener unos 2.000 habitantes a principios del siglo pasado a contar con unos 25.000 en el último decenio y emerge como un importante resort a escala nacional. Ahora bien, es a partir de la década de los cincuenta de este siglo cuando, con la generalización de la demanda de alojamientos de vacaciones económicos en la zona, la afluencia turística se incrementa notablemente.

A partir de los años setenta determinados resorts de la región evolucionan hacia una fase de estabilización e, incluso, de declive. Este es el caso de Torbay, unidad administrativa que incluye tres centros principales, Torquay, Paignton y Brixham y algunas pequeñas localidades del entorno (118.000 habitantes con un crecimiento del 4,2% entre 1982 y 1985, especialmente de jubilados). En este área, entre mediados de los años setenta y de los ochenta hay una reducción del 22% del número de noches turísticas y una significativa disminución de la temporada turística (pasa de 14 a 7 semanas). A nivel regional (West Country Tourism Board, 1991) se observa, asimismo, una reducción de las vacaciones de más de 4 noches, un relativo cambio hacia *short-breaks* (tres noches o menos) y segundas vacaciones y un incremento de la oferta de alojamiento sin servicio y un relativo cambio en la oferta de servicios de alojamiento.

Este estancamiento, junto a la crisis económica y la rápida desindustrialización del país, proporciona un nuevo interés en la promoción del turismo por parte de la administración pública. Los *councils* y la administración

turística apoyan y animan las iniciativas turísticas como instrumento de desarrollo económico. Dado que una propuesta de diversificación de la actividad económica que incluya desarrollo industrial es poco viable (poco suelo disponible y cercanía al Parque Nacional de Dartmoor), la opción tomada en Torbay a principios de los años ochenta es la creación de una agencia local (Torbay Tourist Board) y la formulación de una estrategia de desarrollo y marketing para rehabilitar y revitalizar la dinámica turística de la zona. Torbay recibe del English Tourism Board el estatuto de *Tourism Development Action Programme*.

La propuesta de renovación se basa en una intensa inversión pública en desarrollo de nuevos recursos recreativos, mejoras ambientales e implementación de nuevos planes de aprovechamiento turístico para el entorno rural (hasta un total de aproximadamente 10 mil millones de pesetas hasta 1988) y en una vigorosa promoción conjunta del área bajo el apelativo de la *English Riviera*. Destaca la dotación en instalaciones recreativas como un museo rural, un parque y centros de interpretación y señalización en el entorno rural y un nuevo campo de golf de circuito y complejos lúdicos en la localidad. Se construye el English Riviera Conference Centre y se delimita del Area de conservación del puerto de Torquay, el Area de Old Paignton y Babbacombe Downs. La estrategia ha demostrado que puede inducirse el crecimiento en una fase de declive a través de la colaboración entre el sector público y el sector privado. Se estima que a finales de los años noventa se habrán creado más de 1.000 puestos de trabajo en el área y se habrán conseguido cerca de 373.000 noches turísticas adicionales.

Una parte importante del éxito de la operación ha sido resultado de la acertada imagen

ofrecida por el *resort* y de la mejora de su morfología y entorno. Uno de los principales problemas detectado ha sido la dificultad de incentivar a las pequeñas empresas localizadas en el área a invertir y adecuarse a los requisitos necesarios en una nueva fase de crecimiento. De hecho, en este sentido, los resultados de un estudio del *Tourism Research Group* de la Universidad de Exeter sobre las características de las empresas turísticas del condado vecino de Cornwall (Shaw et al. 1987) ya indican la incapacidad o poca voluntad de respuesta de muchas empresas a las iniciativas de política turística así como el hecho que muchas de ellas operan por debajo de los niveles óptimos de rentabilidad (véase también Williams et al. 1989: 1651).

Por último, fuera de Gran Bretaña, Scheveningen, el principal destino turístico de Holanda –desarrollado a partir de la primera mitad del siglo XIX como centro de salud y actualmente situado en un territorio con más de 4 millones de personas en un radio de 60 km–, es otro ejemplo de regeneración de un núcleo turístico en declive, en este caso a partir de finales de los años sesenta (Weg, 1982). La organización del proceso de renovación se realiza también a partir de la participación conjunta de la administración local y la empresa privada. Desde el principio, la atención se centra en los siguientes aspectos: la interacción entre el turismo y los recursos naturales; la participación de la población local; la rentabilidad de la operación; la creación de un instituto de promoción y de control de la calidad del *resort* en el cual todos los participantes cooperen y, la organización de las propiedades del consorcio que deberá llevar a cabo la renovación.

Inicialmente la acción de las autoridades se concentra en preparar planes generales de ordenación física y animar a los promotores privados a tomar parte en nuevos programas

de desarrollo. En 1973 las iniciativas públicas son acogidas por los empresarios. La primera actuación es desarrollar un programa básico de gestión del suelo por el cuál el consorcio financiero adquiere toda la superficie que no es de propiedad pública. Esta actuación permite consolidar un espacio para el nuevo desarrollo de 12 ha y 500 metros lineales de costa en el corazón del *resort*. Su posterior desarrollo inmobiliario correrá a cargo del consorcio. El proceso de regeneración comienza en la parte central de la ciudad, una vez establecido el programa, en 1974. Los principales criterios que orientan esta operación son, entre otros, los siguientes: conservación de los recursos naturales valiosos; ampliación de las instalaciones *all-weather*; desarrollo de las zonas de residencia en relación con la planificación física; integración en la comunidad local; dotar de carácter multifuncional el área; facilitar el acceso a través de todo tipo de medios de transporte; mantener los símbolos del *resort* y sus instalaciones más representativas; realizar el desarrollo de manera escalonada (10 años) y controlar y organizar de manera efectiva de la gestión y promoción del *resort*.

Procesos como los apuntados ponen de manifiesto, en definitiva, la importancia de la formulación de planes que determinen con detalle los procesos de nuevo desarrollo y de promoción que deben permitir, con el concurso público y privado, la reorientación de la dinámica turística en las áreas de recepción y su efectiva rehabilitación tanto a nivel de producto como en términos urbanos y ambientales, es decir, en cuanto a su modo de implantación territorial.

Bibliografía

- Agarwal, S. (1992): '*Resort cycles where next?*' *A review of contemporary British coastal resorts*. Discussion Paper. Exeter: Tourism Research Group. 27 pgs.
- Bagguley, P. et al. (1990): "The restructuring of services." *Restructuring: place, class and gender*. London: Sage Publications. pgs. 49-86
- Brown, B.J.H. (1988): "Developments in the promotion of major seaside resorts: how to effect a transition by really making an effort." *Marketing in the tourism industry. The promotion of destination regions*. London: Routledge. pgs. 176-186.
- Butler, R.W. (1980): "The concept of a tourist area cycle of evolution: implications for management of resources." *Canadian Geographer*, 24 (1): pgs. 5-12.
- Cals, J. (1991): *Els canvis turístics. Incidència en els municipis costaners de Barcelona*. Barcelona. Diputació de Barcelona. 36 pgs.
- Cooper, C. (1990): "Resorts in decline - the management response." *Tourism Management*, 11 (1): pgs. 63-67.
- Cooper, C. (1992): "The life cycle concept and strategic planning for coastal resorts." *Built Environment*, 18 (1): pgs. 57-66.
- Cooper, C. and S. Jackson (1989): "Destination life cycle. The Isle of Man Case Study." *Annals of Tourism Research*, 16 (3): pgs. 377-398.
- Debbage, K.G. (1990): "Oligopoly and the resort cycle in the Bahamas." *Annals of Tourism Research*, 17: pgs. 513-527.

- English Tourism Board (1991): *The green light. A guide to sustainable tourism.* London: English Tourism Board.
- Getz, K. G. (1992): "Tourism planning and destination life cycle." *Annals of Tourism Research*, 19: pgs. 752-770
- Goodall, B. (1992): "Coastal resorts: development and redevelopment." *Built Environment*, 18 (1): pgs. 5-11.
- Gordon, I.R. (1992): *Crowding, competition and externalities in tourism development: a model of resort life cycle.* Discussion Paper, 12. Reading: Department of Geography. University of Reading. 26 pgs.
- Gordon, I. R. and B. Goodall (1992): "Resort cycles and development processes." *Built Environment*, 18 (1): pgs. 41-55.
- Haywood, K.M. (1986): "Can the tourist-area life cycle be made operational?" *Tourism Management*, 7 (3): pgs. 154-167.
- Ioannides, D. (1992): "Tourism development agents. The Cypriot resort cycle." *Annals of Tourism Research*, 19: pgs. 711-731.
- Marchena, M. (1991): "Una visión estructural del turismo para la década de los noventa (1990-2000) (Conclusiones Generales)." *Ordenación y desarrollo del turismo en España y en Francia.* Madrid: Casa de Velázquez. pgs. 401-413.
- Marshall, J.N. and P.A. Wood (1992): "The role of services in urban and regional development: recent debates and new directions." *Environment and Planning A*, 24: pgs. 1255-1270.
- Meyer-Arendt, K.J. (1985): "The Grand Isle, Louisiana resort cycle." *Annals of Tourism Research*, 12: pgs. 449-465.
- Owen, C. (1990): "Better days at the seaside. Can UK resorts learn from European experience?" *Tourism Management*, 11 (3): pgs. 190-194.
- Poon, A. (1989): "Competitive strategies for a 'new tourism'." *Progress in Tourism, Recreation and Hospitality Management.* Vol 1. London: Belhaven Press. pgs: 91-102.
- Prats, F. y F. Manchon (Coord.) (1989): *Turismo y modelo de desarrollo.* Madrid: Siglo XXI. 30 pgs.
- Secretaría General de Turismo (1990): "Libro Blanco del Turismo Español" *Estudios Turísticos*, 108: pgs. 3-60.
- Secretaría General de Turismo (1992): *Plan Marco de Competitividad del Turismo Español.* Madrid: Ministerio de Industria, Comercio y Turismo. 158 pgs.
- Soane, J. (1992): "The origion, growth and transformation of maritime resorts since 1840." *Built Environment*, 18 (1): pgs. 12-26.
- Shaw, G. and A.M. Williams (1992): "Tourism, development and the environment: the eternal triangle." *Progress in Tourism, Recreation and Hospitality Management.* Vol 4. London: Belhaven Press. pgs. 47-59.
- Shaw, G. et al. (1987): *Tourism and the economy of Cornwall: A firm level study of operating characteristics and employment.* Exeter: Tourism Research Group. 150 pgs.
- Strapp, J.D. (1988): "The resort cycle and second homes." *Annals of Tourism Research*, 15: pgs. 504-516
- Torres Bernier, E. (1989): "El turismo en 1989: "crisis del sector o agotamiento del modelo" *Economistas*, 41: pgs. 241-247.

- Urry, J. (1987): "Some social and spatial aspects of services." *Society and Space*, 5: pgs. 5-26
- Urry, J. (1990): *The Tourist Gaze: Leisure and Travel in Contemporary Societies*. London: Sage. 176 pgs.
- Vera, J.F. (1988): "Crisis del poblamiento turístico en el litoral mediterráneo español: consideraciones sobre su ordenación y rehabilitación." *Urbanismo. COAM*, 4: pgs. 6-19.
- Vera, J.F. (1991): "La oferta complementaria en el turismo de sol y playa: una respuesta al agotamiento del modelo masivo en la Costa Blanca." *Ordenación y desarrollo del turismo en España y en Francia*. Madrid: Casa de Velázquez. pgs. 91-99.
- Weg, H. van de (1982): "Revitalization of traditional resorts." *Tourism Management*, 3 (4): pgs. 303-307.
- West Country Tourism Board (1991): *Spreading Success. A Regional Tourism Strategy for the West Country. 1992-1996*. Exeter: West Country Tourism Board.
- Williams, A.M. and G. Shaw (1992): "Tourism policies in a changing economic environment." *Tourism and Economic Development. Western European Experiences*. London: Belhaven Press. pgs. 263-272.
- Williams, A.M. et al. (1989): "From tourist to tourism entrepreneur, from consumption to production: evidence from Cornwall, England." *Environment and Planning A*, 21: pgs. 1639-1653.

Modalidades Turísticas y Tipologías de Espacios Turísticos

* F. López Palomeque

Resumen:

En el presente artículo se realiza una reflexión de corte teórico sobre la dimensión geográfica del turismo. En la primera parte se revisan los fundamentos y criterios de las clasificaciones empleadas habitualmente en la Geografía del Ocio. Se examinan las taxonomías de tipos de turismo, con especial atención a la dualidad turismo itinerante/turismo residencial; de flujos turísticos; de espacios turísticos, en torno a la noción de “región turística”; y las tipologías de desarrollo turístico y modelos geoturísticos.

En la segunda parte se valoran la idoneidad y suficiencia de tales clasificaciones y se realizan algunas propuestas de inclusión de nuevos aspectos, tendentes a prestar mayor atención a las implicaciones territoriales del fenómeno turístico.

PAPERS DE TURISME, 11, pp. 49-64, 1993

*F. López Palomeque
Catedrático de Geografía de la Universidad de Lleida

Modalidades Turísticas y Tipologías de Espacios Turísticos

* F. López Palomeque

1. Introducción

La consideración de las modalidades turísticas y las tipologías de espacios turísticos, aspectos que encontramos en los distintos manuales sobre geografía del turismo y a los que nos referimos en este trabajo, puede parecer un mero ejercicio descriptivo y superficial, a modo de lista o inventario. Sin embargo, el estudio y la clasificación de las modalidades turísticas (tipos de turismos) y de los espacios turísticos resultantes (implantación espacial y repercusiones en la organización territorial) es de gran importancia para el conocimiento de la dimensión geográfica del turismo, y son varias las razones que justifican su interés. En este sentido conviene recordar que:

1. Las taxonomías constituyen unos primeros resultados del análisis del fenómeno turístico, de identificación y caracterización, un reflejo esquematizado y simplificado del proceso de desarrollo y de las prácticas turísticas, de la especialización del fenómeno turístico y, por lo tanto, una aproximación a su aprehensión y conocimiento.

2. Las clasificaciones y esquemas son, a su vez, categorías conceptuales, herramientas de gran utilidad para la descripción, análisis y explicación del turismo; son referentes que permiten entender su espacialización, posibilitan el análisis comparado en la investigación, permiten detectar diferencias y similitudes y, por lo tanto, constatar «regularidades» en

las respuestas y conductas ante las motivaciones y los factores de atracción, en la distribución espacial del turismo y en la determinación de espacios turísticos a distintas escalas. En consecuencia, permiten el diseño de modelos geoturísticos que sintetizan y esquematizan los procesos de desarrollo y de implantación espacial del turismo.

El turismo no es una actividad simple, sino que es un fenómeno social complejo, que comprende un conjunto de manifestaciones sociales y económicas de naturaleza singular que a la vez pueden tener unas especializaciones no siempre coincidentes, lo cual añade complejidad a su realidad territorial. La yuxtaposición de diversos tipos de turismo en un mismo espacio determina una organización espacial, un modelo de asentamiento multigenético, complejo formal y funcionalmente, hasta poder llegar a presentar una estructura desarticulada y con fuertes desequilibrios y conflictos. Sin duda, estas realidades extremas son un claro exponente de las dificultades que pueden existir en el establecimiento de clasificaciones y tipologías de espacios turísticos. Por consiguiente, los esfuerzos en presentar esta compleja realidad de manera más simplificada, como fin en sí mismo y como medio para facilitar y profundizar en el conocimiento del turismo, han de entenderse como necesarios y muy positivos.

Las modalidades y los espacios turísticos han constituido el tema central de diversos escritos y aparece tratado de manera más o menos profundizada en los manuales y compendios sobre Geografía del Turismo. Por ello, no se pretende en esta ocasión recoger de manera exhaustiva y sistemática todo el entramado conceptual y las clasificaciones resultantes que se han establecido sobre este tema.

Nuestro propósito, en este trabajo, se concreta en realizar una revisión de los fundamentos y

criterios de las taxonomías utilizadas y, por otra parte, fruto de una reflexión sobre el tema y, a modo de balance, realizar una valoración de la idoneidad y la suficiencia o no de tales criterios y taxonomías. En coherencia con estos objetivos, se detectarán aquellos aspectos y criterios que no son tenidos en cuenta y que deberían incorporarse para completar y mejorar las clasificaciones de las modalidades y los espacios turísticos. De esta reflexión surgen unas propuestas que entendemos son una aportación para que dichas clasificaciones y esquemas puedan cumplir las funciones indicadas anteriormente.

Para conseguir llevar a cabo los pronósticos señalados estructuramos el trabajo en dos partes. La primera la dedicamos a recoger y revisar sucintamente las clasificaciones sobre tipos de turismo, flujos turísticos, espacios turísticos y modelos espaciales resultantes. La segunda la dedicamos, en función de la consideración de los conceptos básicos del análisis locacional y de la complejidad del fenómeno turístico, a la formulación de algunas propuestas a modo de balance y conclusiones.

2. Las clasificaciones de las modalidades turísticas y las tipologías de espacios turísticos: una aproximación

La complejidad y variedad que el fenómeno turístico está alcanzando son las causas por las que cada vez más nos vemos obligados a hablar de «turismos» en plural en vez de «turismo» en singular. También, su variedad y su complejidad nos obligan a que su estudio deba abordarse desde diversas vertientes y a contemplar las diversas realidades. Ello explica que cuando se pretende sistematizar las taxonomías que se utilizan para explicar el

fenómeno turístico, desde la perspectiva geográfica, sea conveniente hacer una primera diferenciación entre tipos de hechos distintos. En concreto nos referimos a:

— Los tipos de turismo, que se identifican con prácticas turísticas diferenciadas inducidas por motivaciones y factores de atracción, que constituyen los componentes determinantes de dichas prácticas. Conviene aclarar que los términos **modalidad, tipo y actividad** referidas al turismo tienen el mismo significado en el contexto de nuestro planteamiento, y de ahí que hagamos un uso indistinto de estos conceptos. Hay que aclarar, además, que cuando hablamos de «actividad» lo hacemos refiriéndonos a comportamiento o respuesta de los turistas a unas motivaciones, y no como forma de relación económica («actividad económica»), que sería su significado en el ámbito de la ciencia económica.

— Los tipos de desplazamientos, en el contexto del análisis de la movilidad espacial, que se concretan en la identificación de flujos turísticos a distintas escalas.

— Los tipos de espacios turísticos que, a distintas escalas, son objeto de la dialéctica producción-consumo del fenómeno turístico.

— Los tipos de procesos de desarrollo turístico, según los fundamentos de su origen, el ritmo e intensidad de desarrollo y su implantación espacial. Los procesos se han podido esquematizar y con ello diseñar diversos modelos geoturísticos, que abarcan desde componentes específicos de dichos procesos hasta teorías sobre la globalidad del espacio turístico.

Los aspectos señalados, referidos fundamentalmente al análisis de la movilidad y de la distribución espacial del turismo, no

agotan el contenido de la geografía del turismo. En este sentido, hemos de recordar la importancia que tiene el análisis de los factores del desarrollo del turismo o el análisis de los impactos o consecuencias, de diversa naturaleza, de las actividades turísticas, que son susceptibles en ambos casos de clasificaciones y tipologías.

Cabe aclarar, por último, que en el texto eludiremos formalmente la identificación de la autoría de cada clasificación o tipología debido a que en buena parte de los casos dichos esquemas y tipologías pertenecen de hecho al patrimonio conceptual de la Geografía del Turismo. Sólo citaremos los autores al tratar el tema de los modelos y también en aquellos casos que por su significado lo creamos necesario.

2.1. Sobre tipos de turismos

Los intentos de diferenciar y establecer tipologías de la actividad turística han de hacer frente a un primer problema que en esta ocasión no podemos obviar. Nos referimos a la propia acotación y definición de lo que es el turismo y su distinción de lo que es el ocio. En general, se acepta que estos conceptos presentan una cierta ambigüedad, vaguedad e imprecisión en sus definiciones, y que el concepto «ocio» (tiempo de ocio, actividad de ocio...), engloba o envuelve el concepto turismo. El turismo aparece, pues, como un tipo específico de ocio, de actividad recreativa que se desarrolla en un rango o escala geográfica regional, nacional o internacional, a diferencia de otras actividades recreativas de carácter doméstico, habitual o salidas diarias, puesto que la actividad turística viene caracterizada por un desplazamiento del lugar de residencia habitual y una duración «mínima» del mismo.

Son diversas las definiciones que se ha propuesto para acotar el significado del «turismo», en las coordenadas del

razonamiento anterior. Para avanzar en nuestro análisis recogemos la realizada por la Organización Mundial del Turismo que considera que el turismo agrupa al conjunto de actividades de producción y consumo, a las que dan lugar determinados desplazamientos seguidos de una noche, al menos, pasada fuera del domicilio habitual, siendo el motivo del viaje el recreo, los negocios, la salud (termalismo, talasoterapia) o la participación en una reunión profesional, deportiva o religiosa. Téngase en cuenta que uno de los objetivos de la OMT es la de medir el fenómeno turístico y, por consiguiente, dicha definición está formulada de tal manera que pueda ser operativo registrar y medir los movimientos turísticos. De la definición de turismo que hemos señalado se deduce ya una primera diferenciación o tipología de turismos en base a las motivaciones: recreo, negocios, salud, deporte y religión. También, en relación con las propuestas señaladas, hay que considerar la tipología de viajeros de la OMT.

Siguiendo en el marco de las motivaciones y de la actitud y grado de «participación» del turista cada vez más encontramos esquemas que distinguen entre el turismo pasivo y el turismo activo, identificándose habitualmente el turismo pasivo con el turismo de masas (fundamentado en el descanso en espacios de sol-playa) y el turismo activo con aquellas modalidades en las que *a priori* se requiere una implicación activa del turista.

Comprendería entre otros «turismos» el cultural, el rural o verde, el urbano, el deportivo, el de aventura, el fluvial, el de cruceros, el de balneario y el de negocios y congresos en todas sus variaciones. El turismo activo se contempla, además, como una alternativa al turismo pasivo de sol y playa, que se valora en determinados ámbitos regionales y por diversos analistas como un modelo agotado.

La diversidad de motivaciones nos obliga a considerar que la dialéctica entre las motivaciones, los comportamientos, la diversidad de componentes que intervienen, la práctica turística y los espacios turísticos correspondientes ha ido configurando unas opciones duales que pueden considerarse como referencias y recursos terminológicos diferenciadoras de los tipos de turismos. En este sentido son ilustrativas, entre otras, las siguientes modalidades:

Turismo interior	_____	Turismo exterior o internacional
Turismo de playa	_____	Turismo de montaña
Turismo rural	_____	Turismo urbano
Turismo de masas	_____	Turismo minoritario
Turismo de lujo	_____	Turismo barato
Turismo organizado o en grupo	_____	Turismo individual

Obviamente, esta relación no agota todos los «binomios» que reflejan realidades turísticas contrastadas. En este sentido, no podemos olvidar los turismos según los factores de atracción, la frecuentación, la periodización, el medio de transporte o el tipo de alojamiento, entre otros elementos que participan o forman parte de la práctica turística. Y, tampoco hemos de olvidar, que estos elementos así como las motivaciones y factores de atracción cambian con el tiempo, por lo que no es de extrañar que la explotación de nuevos recursos turísticos de paso a la aparición de nuevos turismos y a turismos alternativos.

Merece una mención aparte la distinción entre dos tipos de turismo, para los que se usan distintos calificativos en cada caso.

Diferenciación que tiene su base en un conjunto de fundamentos: desde el recurso (motivación-factor de atracción) que da pie a la actividad (motivación-factor de atracción) hasta la periodización (variable tiempo) o los modelos o formas que dan lugar (sistema de

organización del espacio y lógica de usos del suelo). Por consiguiente, a estos dos tipos de turismo también habrá que referirse en los epígrafes siguientes, particularmente al considerar los tipos de espacios turísticos.

Obviamente, nos referimos a la distinción entre **turismo itinerante** y **turismo residencial**. El turismo itinerante, que conceptualiza el viaje turístico como modalidad turística, también es denominado turismo comercial, turismo nómada o turismo de ruta, entre otros; y se suele identificar con el turismo de hotel (el hotel como alojamiento clásico y emblemático de los orígenes del turismo), a pesar de que los alojamientos turísticos se han diversificado. El turismo residencial, que conceptualiza la estancia en un lugar determinado por motivos de turismo y recreación y que se caracteriza en muchos casos por una frecuentación en distintos períodos a lo largo del año e interanuales, también es denominado turismo familiar, turismo de estancia, turismo vacacional o turismo sedentario.

Conviene recordar, asimismo, que los límites conceptuales y las realidades concretas que caracterizan lo que es turismo itinerante y turismo residencial no son claros, y por otra parte, que la variedad de manifestaciones que se enmarcan dentro de esta primera distinción del fenómeno turístico conduce a establecer otras tipologías de segundo nivel. Por ejemplo, el turismo residencial puede clasificarse, a su vez, según el régimen de propiedad, según el período de ocupación y según las características de los residentes (Vera 1990:86).

2.2. Sobre flujos turísticos

Cuando se aborda este tema la escala de referencia es determinante. Normalmente, aunque no hay que olvidar otras escalas, se

parte de la escala planetaria, que identificamos con la práctica del turismo internacional. En este sentido en el **mapa mundi** se han ido dibujando unos flujos de desigual dimensión y dirección. Estos hechos son precisamente los que quedan patentes en las tipologías de flujos.

Existen, pues, unos flujos que en metáfora geométrica, partiendo de los países o zonas de origen los conecta con los focos de destino; de ahí que el análisis de los flujos a cualquier escala requiera a la vez la consideración de los «focos» es decir los países de origen o destino que marcarán la dirección de los flujos. Habitualmente se distingue, considerando la **intensidad** como variable de referencia, entre flujos mayores y flujos menores, que a la vez pueden tener un carácter interregional o intercontinental, o bien intrarregional o intracontinental.

Pero, además, en función de la **motivación** inicial de la demanda o bien de los **recursos**, **atributos** o **atractivos** específicos de los espacios turísticos de destino hay que distinguir entre los flujos mayores heliotrópicos y balneotrópicos (por ejemplo, en Europa el flujo Rin-Ródano-Rivieras occidentales o el flujo Reno-Adriático) y los flujos menores heliotrópicos y balneotrópicos (flujos de las márgenes continentales, flujos insulares...)

En cuanto a la consideración de la **localización geográfica** como criterio de diferenciación de los flujos encontramos diversas clasificaciones en las que las referencias a su situación en el globo terrestre son explícitas. Por ejemplo, se distingue entre flujos mayores europeos y norteamericanos, flujos menores europeos y norteamericanos; flujo meridiano norte-sur; flujo oriental; flujo asiático y flujo atlántico, entre otros.

2.3. Sobre las clasificaciones de espacios turísticos

Los resultados de la identificación y caracterización de espacios turísticos aparecen determinados por la escala de análisis de referencia, en cada caso, y por el criterio que se aplique para el establecimiento de su tipología, así como por los propios componentes «territoriales» del espacio turístico. Un punto de referencia generalizado es la consideración del recurso en el que se basa la actividad turística, al que se le suman otros criterios, particularmente referidos a las formas de especialización del turismo y de su capacidad de ordenación e impacto territorial. Por eso, una clasificación básica es la que distingue entre espacios litorales (playa-sol), espacios de montaña y espacios naturales (medio natural). Pero también, en el contexto de estos mismos criterios hay que añadir otros tipos de espacios: espacios culturales, espacios antropológicos y espacios urbanos:

El análisis de la distribución espacial del turismo internacional (**criterio de densidad de la oferta o de intensidad de frecuentación**) revela que hoy existen o se dibujan sobre el mapa mundi, como resultado del desarrollo del turismo de masas desde los años cincuenta, unos focos o espacios turísticos destacados (países de destino, países receptores), frente a otros espacios de menor densidad o bien otras zonas donde el turismo internacional es casi inexistente o nulo.

Esta realidad ha llevado a plantear una distinción entre focos mayores, principales o destacados, y unos focos menores o secundarios; que a su vez respectivamente pueden tener en cada caso un carácter tradicional o reciente. También, ambos tipos de focos pueden tener un rango interregional o intrarregional. Una variante de este esquema introduce, a su vez, un carácter distintivo de estos focos según constituyan espacios de fuerte o de débil consumo internacional.

Si abandonamos el rango geográfico planetario —en el que se observa la existencia de grandes áreas mundiales (Mediterráneo, Caribe, sureste asiático...), y en las que se sitúan los focos mayores y menores— habitualmente se utilizan referentes espaciales a otras escalas que se sitúan entre la identificación de regiones turísticas (intraestatales) hasta la consideración de lugares turísticos concretos. En este último caso la terminología es diversa: núcleo turístico, centro turístico y estación turística, principalmente. Estos **lugares**, al igual que las regiones, vendrán caracterizados en función de la naturaleza de su base turística (balneario, litoral, montaña, monumental, religiosa...) y, también, por su magnitud (según dimensión de la oferta o grado de frecuentación), su madurez y el grado de especialización (tasas de función turística, especialización en economía turística o no, etc.) Al considerar la espacialización de la actividad turística no hemos de olvidar los itinerarios turísticos como expresión del turismo de ruta y su diversidad: según el tipo de transporte, según su duración, según el recurso turístico de referencia, entre otros.

Mención particular merece la conceptualización y terminología sobre la **región turística** en el contexto de la identificación y caracterización de espacios turísticos. Los esquemas o referencias teóricas del desarrollo y localización de la actividad turística contemplan una terminología diversa: «estación», «espacio» y «región», principalmente; pero en dichas propuestas no se abordan de forma clara su sistematización y definición. Conviene, pues, dedicar más atención a este tema y recoger las aportaciones de algunos autores.

Para Lozato-Giotart (1987:30) la noción de **región turística**, en la medida en que es posible definirla con precisión, responde a un área con cierta densidad de frecuentación

turística y con una imagen que la caracteriza. A menudo se confunde o identifica con un conjunto natural en cuyo interior queda englobada. Por ejemplo, constituye una región turística el conjunto de grandes núcleos o focos de importante frecuentación turística del litoral, localizados en diversos municipios, limítrofes o no entre sí y pertenecientes a un mismo conjunto geográfico.

En una obra reciente Smith (1989:163) considera que existen tres tipos de regiones turísticas: los ámbitos espaciales considerados *a priori* y en los que existe una actividad turística susceptible de ser analizada, las regiones homogéneas y las regiones funcionales. De hecho, su conceptualización se corresponde con los criterios genéricos básicos de la definición del concepto **región**. Smith establece diversos factores que configuran sus contenidos en cada caso y propone diversas técnicas para su análisis/delimitación.

Pese al intento de matizar los términos que definen o pueden delimitar las regiones turísticas lo cierto es que existe cierta ambigüedad e imprecisión en las distintas formulaciones, como por ejemplo se observa en el punto anterior. Imprecisión y ambigüedad que se hacen patentes de manera inevitable en el momento de proceder a su identificación y delimitación.

Además, hay que añadir otro componente que incorpora mayor dificultad. Nos referimos a que el uso del concepto **región turística** se realiza indistintamente a diferentes escalas y tanto puede aplicarse a grandes espacios supranacionales y supraestatales como a ámbitos intraestatales (Fernández Fuster, 1988:908). Por ejemplo, entre tratadistas, estudiosos del tema turístico, empresarios y políticos —entre otros—, es frecuente encontrar referencias de la cuenca mediterránea como región turística o

referencias a los Alpes o al litoral centroamericano del Pacífico. A otra escala, también encontramos menciones a las zonas geoturísticas como regiones turísticas: la Costa Azul francesa o la Costa Brava catalana, por poner dos ejemplos próximos.

La fundamentación para la consideración de ámbitos de distinta extensión como **regiones turísticas** o **zonas geoturísticas** se basa en distintos motivos y circunstancias: desde razones de operatividad empresarial, de imagen, de promoción o de política turística, hasta la existencia de unas relaciones y componentes espaciales que confieran una situación de especialización funcional del territorio o un carácter homogéneo. Obviamente estas circunstancias pueden tener una extensión espacial diferente en cada caso y ser observadas a distintas escalas.

El tema de la conceptualización y tipología de las regiones turísticas no ha sido uno de los aspectos más estudiados por los geógrafos y ello no ha permitido establecer criterios y clasificaciones consolidadas. La complejidad del fenómeno turístico y en particular su vinculación con el medio geográfico da paso *a priori* a una gran diversidad de «espacios» turísticos constatables a distintas escalas. Los tipos de regiones más significativas son los siguientes: espacios o regiones turísticas de carácter internacional o región de orden nacional, según su funcionalidad; regiones de alta consumición o de baja consumición; regiones turísticas en países desarrollados o países subdesarrollados (Wackermann, 1988:187); regiones polivalentes o regiones especializadas (Lozato-Giotart, 1987:75), y también, entre otras diferenciaciones, aparecen las regiones en base a sus propios atractivos-recursos (litoral, montaña, cultura, etc...).

Una de las denominaciones más corrientes en la denominación de áreas turísticas con

características más o menos homogéneas y, sobre todo, con una imagen que las identifica, son las denominadas **zonas geoturísticas**, que normalmente son de ámbito intraestatal. Zonas geoturísticas que tienen su origen en la creación de una imagen y en un determinado grado de funcionalidad, sobre todo desde una perspectiva de promoción.

No obstante, también es frecuente, sobre todo en determinados contextos, el uso de unidades político-administrativas como ámbitos turísticos o, lo que es lo mismo, la identificación de las regiones administrativas como regiones turísticas. Ello obedece a razones de organización, de actuación y planificación, es decir de operatividad que se proyecta incluso en aspectos de carácter estadístico.

Esto último que hemos señalado no es anecdótico, sino que en la práctica es habitual que para el conocimiento de la realidad turística de un territorio se disponga de información «territorializada» a escala «regional» o desagregada en unidades administrativas inferiores, lo cual «obliga» a la consideración de la realidad turística en base a la región administrativa turística (de gestión de servicios, de promoción..., en el sector público y en el sector privado) se inserta en el ámbito político administrativo regional. Todo ello conlleva a que en determinados contextos, entre ellos la perspectiva operativa inserta en el proceso de su estudio, se identifique y se utilice el ámbito de la región político-administrativa como región turística.

2.4. Sobre las tipologías del desarrollo turístico y los modelos geoturísticos

La sucesión de propuestas metodológicas para el estudio geográfico del ocio y particularmente del turismo ha sido paralela al desarrollo paradigmático de nuestra disciplina:

antropogeográfico, fisionómica, morfogenética, geográfico-social-paisajística y social-distancial-espacial (Luis, 1987:197). Es preciso aclarar que la secuencia evolutiva que pueda deducirse de la referencia anterior no es lineal y no ha estado exenta de discontinuidades y contradicciones. El resultado es que hoy día coexisten una **diversidad y pluralismo** en el análisis de las actividades de ocio y del turismo que se hacen más patentes a partir de los años setenta.

En este marco conviene hacer mención a las tipologías y esquemas-modelos del desarrollo del espacio turístico, a veces sobre componentes específicos y en ocasiones sobre la globalidad del proceso (dinámica del espacio turístico). Se han formulado, en contraste con el enfoque ideográfico de la mayor parte de los estudios realizados, diversas tipologías y modelos en función de la escala (local, regional...), y de la especificidad de las realidades espaciales resultantes (espacio litoral, de montaña, urbano, etc.)

Tal como ha afirmado Pearce (1988:29) la mayor parte de tipologías han sido limitadas a desarrollos locales y regionales en unas condiciones particulares. Hay que citar las que consideran desarrollos costeros a diferentes escalas: la de Barbaza (1970), sobre situaciones de la Costa Brava (tipos intensivos espontáneos), Costa Azul (tipo integral-extensivo) y Mar Negro (centros planificados) y la clasificación del Peck y Lepie (1977) sobre comunidades de Carolina del Norte. Una tercera tipología es sobre turismo de montaña, la de Préau (1968) que se ocupa de los Alpes franceses, con una clasificación que distingue diversos tipos de centros. El modelo de desarrollo del turismo en macizos montañosos (Alpes occidentales y Alpes orientales) es el objeto de la clasificación tipológica de Barker (1982), a partir de considerar como criterios la escala, la intensidad de frecuentación, la

morfología y el impacto. Por otra parte, Guérin (1984) ha diferenciado dos tipos de desarrollo turístico en relación o bajo el criterio de la concepción de la ordenación turística. Otra tipología es la Pearce (1978), formulada sobre los propios componentes del proceso de desarrollo, y por consiguiente no limitada a un ambiente o inspirada en un espacio concreto.

A una escala internacional se han propuesto esquemas sobre la naturaleza y comportamiento periférico del turismo en determinadas regiones, particularmente del denominado Tercer Mundo. A las primeras interpretaciones de Turner y Ash (1975) («periferia del Placer») y Lundgren (1972) hay que añadir otras aportaciones más recientes, como la propuesta de Cazes (1989) (colonias de vacaciones).

El límite entre lo que son tipologías del proceso de desarrollo turístico, de algunos o de todos sus componentes, y las propuestas de **modelos** geoturísticos formulados con pretensión de explicar la lógica de la globalidad del espacio turístico a distintas escalas aparece poco definido e impreciso. Esto nos aconseja seguir esta descripción en razón de la terminología utilizada en cada propuesta. En este sentido, sobre el turismo litoral hay que citar el modelo de Gormsen (1981), que tal como explica Callizo (1990:100), es un modelo espacio-temporal basado en el estudio del desarrollo histórico costero desde la perspectiva europea; sobre la implantación de la segunda residencia hay que recordar los modelos de Lundgren (1974) y Boyer (1980), entre otros. Por último, sin olvidarnos de las aportaciones de Christaller (1963) y Yokeno (1968), citamos otros modelos formulados con un planteamiento más globalizador: el modelo espacio-temporal de Butler (1980) y, principalmente, el modelo de Miossec (1977) sobre el espacio turístico y el de Chadeffaud (1987), cuyos planteamientos

se asemejan a verdaderas teorías sobre el espacio turístico.

J. M. Miossec (1977), en su artículo «Un modèle de l'espace touristique», propuso un esquema de análisis de los asentamientos turísticos y una explicación de su localización en la periferia de los centros de trabajo a partir del coste, de la duración del viaje y de la estancia. Después de la utilización de diversos indicadores constata la existencia de cuatro cinturones turísticos. Las deformaciones de estas áreas concéntricas obedece a la interacción existente entre factores.

M. Chadeffaud (1987), tal como sintetiza Callizo (1990:182), postula un modelo teórico armado sobre la base de la interacción sistemática entre la demanda social —el mito— y la oferta —el producto turístico— y el espacio como proyección de la sociedad global; una interrelación simbiótica cuya fundamentación no excluye totalmente el idealismo ni tampoco el valor de las representaciones mentales, a las que otorga el papel de vehículo de emulación, por las clases dominadas, de los intereses de los grupos sociales que constituyen la clase dirigente.

3. Balance y propuestas

Determinar si las clasificaciones y tipologías, que se utilizan habitualmente al estudiar las modalidades del turismo y las tipologías de espacios turísticos presentan una estructura lógica, si son completas y si son satisfactorias para conocer y explicar el fenómeno turístico, es una tarea difícil de delimitar y realizar. Y lo es por la diversidad de las manifestaciones turísticas y por la diversidad de clasificaciones y tipologías que pueden establecerse. Esta circunstancia y los cambios derivados de la propia evolución del turismo como concepto

explican, en definitiva, que la formulación y el uso de clasificaciones y tipologías sean tema abierto.

No obstante, pese a la observación señalada, después de considerar en el apartado anterior las clasificaciones y tipologías más comunes y después de realizar una revisión de los mismos creemos que a modo de valoración y balance deberían incorporarse a dichos esquemas otros criterios y variables para conseguir una mayor eficacia descriptiva y explicativa de las clasificaciones sobre tipos de turismo y tipos de espacios turísticos, e incluso para completarlas puesto que aparecen algunos aspectos o enfoques que hasta ahora no han sido tenidos en cuenta. Procedemos a continuación a exponer nuestras propuestas, distinguiendo entre las referentes a los tipos de turismo y, por otra parte, las relacionadas con la distribución espacial de la actividad turística y espacios turísticos.

3.1. Sobre los tipos de turismo

Las propuestas respecto a las modalidades turísticas son:

1) Incluir la organización de la actividad turística como criterio para establecer las modalidades o clases de turismo. Es decir, constatar los tipos de turismo derivados de la organización de la actividad (canalización de motivaciones, intermediación, creación de productos y marketing, estructura empresarial...), que se añadirían a las tipologías resultantes de considerar los recursos y el ámbito territorial, en cada caso.

2) Incorporar o considerar la capacidad de territorialización de la práctica turística como indicador o criterio diferenciador de cada tipo de turismo, es decir que se debería contemplar la capacidad de articulación espacial de la actividad turística, la capacidad de

jerarquización, etc. En definitiva, identificar y establecer clasificaciones de modalidades turísticas en relación con los resultados territoriales de cada práctica turística.

3/ Incorporar o considerar, como criterio para formular taxonomías de tipos de turismo, el nivel o grado de continuidad física y espacial de la actividad turística, de gran importancia en la territorialización final de esos espacios.

Entre las tipologías referenciadas en la primera parte hemos hecho mención a la distinción entre turismo itinerante (comercial, nómada...), y turismo residencial (familiar, vacacional...) Conviene insistir en la naturaleza y en las consecuencias de estos tipos de turismo. Es posible, en este sentido, aceptar la expresión de turismo sedentario como aquel turismo que fija su residencia durante un tiempo, distinguiendo a la vez entre aquellos que siempre van al mismo lugar utilizando principalmente la segunda residencia y los que cada año cambian de lugar de destino, predominando en estas situaciones otros tipos de alojamiento. El turismo itinerante, en cambio, se refiere a los desplazamientos continuados por distintos lugares. El consumo sería, en este último caso, un consumo puntual. Téngase en cuenta que la incidencia de los equipamientos, su especialización y organización espacial es muy distinta según sea un tipo de turismo u otro.

Finalmente, para concluir este punto hemos de recordar que la combinación entre tipo de espacio producido y la clase de turismo que se dirija a él, conllevará la **especialización** de cada zona. En este sentido cabe señalar que los gustos y las demandas diferenciadas del turista plantean una interesante cuestión en el momento de analizar el por qué de las instalaciones y lugares turísticos que se desarrollan, con la consiguiente especialización territorial.

3.2. Sobre clasificaciones, tipologías y modelos deducidos del análisis de la movilidad espacial y la distribución de la actividad turística

Las clasificaciones referentes a flujos, espacios turísticos, tipos de desarrollo y modelos geoturísticos se establecen principalmente en función de los criterios siguientes:

- Densidades/intensidades.
- Condición del espacio geográfico (geonatural, geocultural; y a otro nivel, diversos componentes).
- Momento evolutivo/fases/periodización.
- Localización geográfica y emplazamiento.
- Organización y ordenación espacial.

A nuestro entender, estos criterios y variables son los adecuados y los obligados en razón de que tratamos de una geografía del turismo; pero a la vez se presentan incompletos. Por ello, consideramos necesario añadir y tener en cuenta otros, en concreto:

a) La valoración de los flujos turísticos como migraciones poblacionales, con la consiguiente aplicación del entramado conceptual y teórico (incluyendo tipologías, clasificaciones y modelos) de este fenómeno al análisis del turismo.

b) La consideración de los espacios emisores como componentes de origen y desarrollo de la práctica turística. Necesidad de dedicar mayor atención a los espacios de origen y su interrelación con los espacios de destino.

c) El grado de territorialidad resultante, a través de la medición del nivel de articulación, jerarquización, integración, especialización, etc..., alcanzado. Hasta ahora se ha considerado el grado de organización territorial, pero se trataría de detectar a su vez

el significado del turismo (de cada tipo de turismo) en las nuevas estructuras territoriales (en cada tipo de espacio resultante).

En particular, en relación con las tipologías de desarrollos turísticos y los modelos cabe afirmar que presentan un cierto grado de insatisfacción, tanto por el hecho de que en su formulación se observan lagunas (en su diseño se omiten determinados componentes, por ejemplo, el tema de la comercialización...), como por el hecho de que en su aplicación se detectan excesivas anomalías (las situaciones reales se apartan del diseño del modelo, las realidades muestran demasiadas excepciones_) que nos hacen pensar en una formulación inadecuada e incompleta. Sin embargo, pese a las anomalías y limitaciones, creemos que constituyen un aparato conceptual y metodológico válido, aunque mejorable en su diseño y eficacia, y complementario de otros enfoques y aproximaciones del estudio de la dimensión geográfica del turismo.

Además de las propuestas específicas señaladas, para finalizar creemos conveniente realizar unas consideraciones inspiradas en ideas y formulaciones ya conocidas y, por otra parte, en reflexiones personales sobre esta problemática.

En relación con las variables a tener en cuenta para el establecimiento de taxonomías y tipologías cabe recordar que la incidencia que tiene una actividad turística (corriente turística) sobre un lugar geográfico determinado o sobre su distribución espacial la podemos valorar científicamente a través de estudios estadísticos, basados en índices y tasas; y que por tanto conviene agotar estas posibilidades desde la perspectiva de la elaboración de clasificaciones y tipologías.

En otro sentido, la evolución de las actividades turísticas y los problemas que genera obligan a que tengamos que centrar más la atención en el

análisis de la capacidad de transformación del turismo y de los impactos de diversa naturaleza que genera (sociales, económicos, medioambientales...). Por ello, convendrá seguir trabajando con matrices de impactos e indagando en la formulación de nuevas clasificaciones y tipologías.

Por último, consideramos importante no perder de vista el marco global que supone la existencia de un tiempo de trabajo y un tiempo de ocio y unas localizaciones del tiempo de trabajo y del tiempo de ocio/turismo, así como de la interrelación existente entre dichos tiempos y dichos espacios. Por otra parte, hay que contemplar la disponibilidad de tiempo de ocio/turismo a lo largo del año, y cómo esta disponibilidad (sea la unidad tiempo que sea) puede disfrutarse de forma continuada, ininterrumpida o bien de manera discontinua, en períodos distintos. Esta disponibilidad o disfrute de tiempos diferenciados da paso a posibilidades, comportamientos y prácticas turísticas distintas en cada caso, en definitiva a tipos de turismos diferentes. Según el período de tiempo se podrán realizar determinados desplazamientos (relación tiempo/distancia en la movilidad de los turistas) y determinadas estancias (duración de las vacaciones). Además de esta interrelación, la disponibilidad de tiempo y su distribución anual (acumulado, fragmentado) tiene repercusiones en la configuración de los espacios turísticos que, en definitiva, surgen como reflejo de los tipos de turismo.

Bibliografía:

- Barbaza, Y. (1970): «Trois types d'intervention du tourisme dans l'organisation de l'espace littoral», en *Annales de Geographis*, núm. 434; pgs. 446-449.
- Barker, M. L. (1982): «Traditional landscape and mass tourism in the Alpes», en *Geographical Review*, vol. 72; núm. 4; pgs. 395-415.
- Boyer, J. C. (1980): «Residences secondaires et rururbanisation en région parisienne», en *Tijdschrift voor Economische en Sociale Geografie*, 71, núm. 2; pgs. 780-87.
- Butler, R. W. (1980): «The concept of a tourist area cycle of evolution: implications for management of resources», en *Canadian Geographer*, núm. 24; pgs. 5-12.
- Callizo Soneiro, J. (1991): *Aproximación a la Geografía del Turismo*. Madrid Ed. Síntesis. Col. Espacios y Sociedades núm. 21.
- Cazes, G. (1989): *Les nouvelles colonies de vacances? Le tourisme international a la conquête du Tiers-Monde*. París. Harmattan.
- Chadefaud, M. (1987): *Aux origines du tourisme dans les Pays de l'Adour (Du myte à l'espace: un essai de géographie historique*. Pau. Dep. de Géographie et. Aménagement de l'Université de Pau et Centre de Recherches sur l'Impact Socio-Spatial de l'Aménagement.
- Christaller, W. (1963): «Some considerations of tourism location in Europa: The peripheral regions-underdeveloped countries recreations areas», en *Papers of the Regional Science Association*, núm. 12; pgs. 95-105.
- Fernández Fuster, L. (1988): *Teoría y técnica del turismo*. Madrid. Alianza Editorial.
- Gormsen, E. (1981): «The spatio-temporal development of international tourism: attempt a centre-periphery model», en *La Consommation d'espace par le Tourisme et sa Preservation*. Aix-en-Provence. Centre des Hautes Etudes Touristiques. pgs. 150-170.
- Guerin, J. P. (1981): *L'aménagement de la montagne en France: politiques, discours et productions d'espace dans les Alpes du Nord*. Ophrys.
- López Palomeque, F. (1991): «Turisme i territori: el model geoturístic català», en *Primer Congrés Català de Geografia. II Ponències*. Societat Catalana de Geografia. Barcelona. pgs. 211-238.
- Lozato-Giotart, J. P. (1985): *Géographie du tourisme. De l'espace regadé a l'espace consommé*. París. Ed. Masson.
- Luis Gómez, A. (1987): *Aproximación histórica al estudio de la geografía del ocio*. Barcelona. Ed. Anthropos.
- Lundgren, J. O. J. (1974): «On access to recreational lands in dynamic metropolitan hinterlands», en *Tourist Review*, vol. 29; núm. 4; pgs. 124-131.
- Marchena, M. (1987): *Turismo y territorio en Andalucía*. Sevilla. Junta de Andalucía.
- Miossec, J. M. (1976): «Elements pour une théorie de l'espace touristique», en *Les Cahiers du Tourisme*. Serie C, núm. 36.
- Miossec, J. M. (1977): «L'image touristique comme introduction a la géographie du tourisme», en *Annales de Géographie*, núm. 473; pgs. 55-70.

- Miossec, J. M. (1977): «Un modèle de l'espace touristique», en *L'Espace Géographique*, núm. 1; pgs. 41-48.
- Pearce, D. G. (1978): «Tourist development: two processes», en *Travel Research Journal*, pgs. 43-51.
- Pearce, D. G. (1987): *Tourism today. A geographical analysis*. Londres. Ed. Longman.
- Pearce, D. G. (1988): *Desarrollo turístico. Su planificación y ubicación geográficas*. México. Ed. Trillas. (Primera edición en inglés, 1981).
- Peck, J. G. y Lepie A. S. (1977): «Tourist and development in three North Caroline coastal towns», en Smith, V. (Ed.), *Hosts and Guest. The antropology of tourism*. Filadelfia. Publ. Universidad de Pensilvania.
- Preau. P. (1968): «Essai d'une typologie de stations de sports d'hiver dans les Alpes du Nord», en *Revue de Géographie Alpine*, vol. 58; núm. 1; pgs. 127-140.
- Sánchez, J. E. (1985): «Por una Geografía del turismo litoral: una aproximación metodológica», en *Estudios Territoriales*, núm. 17; pgs. 103-122.
- Smith, S. L. J. (1989): *Tourism analysis. A handbook*. Longman. Nueva York.
- Turner, L. y Ash, J. (1975): *The Golden Hordes. International Tourism and the Pleasure Periphery*. Londres. Constable.
- Vera Rebollo, J. F. (1990): «Turismo y territorio en el litoral mediterráneo español», en *Estudios Territoriales*, núm. 32; pgs. 81-110.
- Wackermann, G. (1988): *Le tourisme international*. París. Armand Colin.
- Yokeno, N. (1968): «La localization de l'industrie touristique: Application de l'analyse de Thünen-Weber», en *Les Cahiers du Tourisme*, núm. 9. Aix-en-Provence. Centre des Hautes Etudes Touristiques.

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.

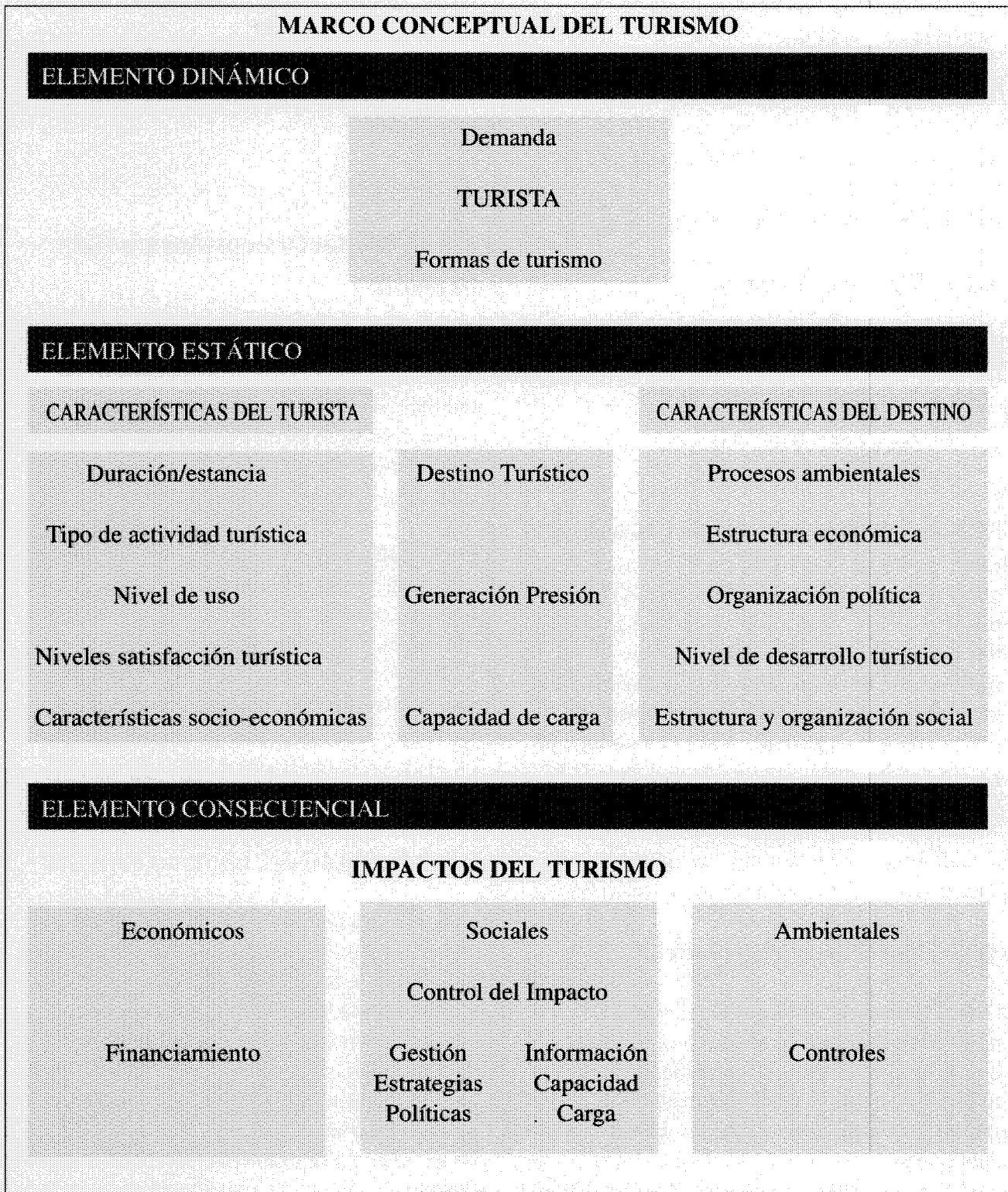
b) El segundo marco general es más concreto que el primero y se focaliza hacia un componente importante: los turistas y sus procesos de toma de decisiones. Estos procesos nos indican que los impactos del turismo son la consecuencia de las decisiones del turista. Sabemos, también, que los impactos del 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 Álvarez, 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 Chadeaud (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 irreparable (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.

El Papel del Geógrafo en la Formación y Planificación Turística

* Diego López Olivares

Resumen:

La compleja realidad en la que se encuentra inmersa la actividad turística, donde la calidad y la competitividad son denominadores comunes del actual desarrollo turístico nos obliga a nuevos planteamientos, desde los puramente conceptuales a los estructurales. Ello debido, en gran medida, a los cambios producidos en las últimas décadas en la sociedad europea occidental (nuestros principales clientes), cuya favorable evolución en el denominado “estado del bienestar social” la han conducido hacia unas demandas más heterogéneas y a su vez más sensibilizadas tanto con los aspectos socio-culturales como ambientales. En este sentido, dada la cada vez mayor importancia que va adquiriendo el estado del territorio y de las poblaciones autóctonas como dinamizadoras de la actividad turística, el geógrafo juega cada vez más un importante papel en esa variada demanda de calidad. Sin embargo, este profesional dedicado al estudio e investigación turística debe tender hacia una formación integral e interdisciplinar que le faciliten adentrarse, con garantías de éxito, tanto en la planificación turística integral de las áreas rurales como en las problemáticas planteadas en los espacios litorales tradicionalmente dedicados al desarrollo turístico. Estas relevantes implicaciones geográficas en turismo quedan reflejadas al final del presente artículo en los aspectos generales de un proyecto turístico de carácter integral y medio-ambiental a desarrollar en el ámbito espacial de las tierras septentrionales de la Comunidad Valenciana.

PAPERS DE TURISME, 11, pp. 93-109, 1993

*Diego López Olivares.
Catedrático de E.U.de Análisis Geográfico Regional.
Universidad Jaume I de Castellón.

El Papel del Geógrafo en la Formación y Planificación Turística

* Diego López Olivares

1. Introducción

La temática turística, paradójicamente, ha sido una de las materias de investigación más recientes en incorporarse al mundo de la geografía, a pesar de ser éste el marco espacial del desarrollo de la actividad turística. Todo ello bien entendido desde el enfoque del análisis-diagnóstico y prognosis-sintéresis que requiere la intervención de la Geografía en esta materia, y no ciñéndose únicamente a la pura y tradicional descripción de espacios geográficos afectados por el desarrollo turístico.

En este sentido los efectos negativos registrados en los últimos años en las áreas turísticas, junto a la diversificación de las nuevas demandas, en las que juega un papel cada vez más decisivo el entorno medio-ambiental, nos conducen necesariamente hacia unos nuevos planteamientos en la formación e investigación turística.

Para el geógrafo esos nuevos enfoques, en los que se constata una mayor importancia de cara a las poblaciones receptoras de ese turismo en el marco del desarrollo territorial, junto a un creciente tratamiento de los problemas territoriales, le confieren un protagonismo especial en la compleja dinámica turística. Es precisamente esa complejidad la que nos conduce a la orientación de la formación del geógrafo en unos términos de interdisciplinariedad, completando su formación específica con otras que hagan posible conocer mejor la realidad turística global e integral.

Este tipo de formación creemos que es muy necesaria para afrontar la investigación, sobre todo, en proyectos del ámbito mediterráneo, en donde muchos de sus espacios están necesitados en unos casos de reconversiones - áreas litorales- y en otros -medio rural - de plantear en sus justos términos de capacidad de carga su futuro desarrollo turístico. Ambos espacios están necesitados de un profundo entendimiento en un proceso de complementariedad en base a la ordenada oferta de sus productos turísticos, que en unos espacios pueden matizar tipologías excesivamente generalizadas de turismos como el de “sol y playa”, y en otros dinamizar áreas rurales deprimidas, en base a los recientes parámetros a aplicar en estos espacios y a la concepción de las nuevas demandas.

2. Los estudios de turismo en la universidad: causas de su retraso

La falta de credibilidad en el “contexto turístico” como actividad socio-económica duradera y programable, entendida como sinónimo de crecimiento y desarrollo nos ha conducido a una falta de capacidad de respuesta en todas las vertientes de actuación turística, entre las que se encuentra la de la formación en la universidad española. A ello hay que añadir la identificación tradicional, hoy ya superada, que se ha venido dando entre turismo y hostelería, afrontándose con relativas garantías en los aspectos formativos únicamente los estudios de hostelería a través de los tramos básicos de la Formación Profesional.

No obstante, en la actualidad y atraídos por la sensibilidad e interés de la Comunidad Europea, la preocupación por un equilibrado desarrollo turístico de calidad es cada vez mayor, tanto entre los profesionales del sector como entre el mundo universitario. En este sentido y a petición de los profesionales del sector, algunas universidades españolas han

comenzado a ofertar cursos de turismo, ya sea en calidad de cursos reglados de diplomatura (escuelas universitarias adscritas a universidades), “masters”, cursos de postgrado, o de doctorado. Sin embargo, la inexistencia de una licenciatura de carácter interdisciplinar en turismo ha creado un vacío insalvable entre el primer ciclo universitario y el tercero o de doctorado que incide muy negativamente en la preparación integral que debe tener el actual profesional universitario dedicado a la actividad turística.

Sin duda, esa falta de secuenciación y de “currículum integrado” en la formación de los estudiantes universitarios se ha dejado sentir en todas las facetas turísticas, desde las puramente económicas hasta las medio-ambientales, lo cual es grave si consideramos que el futuro turístico de nuestro espacio geográfico pasa por la fuerte competitividad con otros destinos turísticos.

A nuestro entender las causas de este retraso en los estudios de turismo, tanto en la ciencia geográfica como en otras relacionadas con la investigación de esta materia, en la universidad española se encuentra:

a) Por el enfoque puramente economicista que se ha venido aplicando a la temática turística en España. No olvidemos que en los últimos treinta años la repercusión social y los ingresos generados por la actividad turística, han posibilitado saldar año tras año las diferencias económicas entre nuestras importaciones y exportaciones; lo que a su vez ha supuesto unas importantes “inyecciones económicas” para las demás industrias, algunas de ellas en constante proceso de modernización. Ya en los últimos años cuando estamos inmersos en un contexto postindustrial, con un protagonismo especial de los servicios (estrechamente dependientes de la innovación tecnológica, el diseño, informática, servicios financieros,

etc.), son las actividades derivadas del turismo y del ocio, las que en el último lustro han contribuido de manera especial al desarrollo de algunas regiones, sobre todo las de la fachada mediterránea española (Martínez Serrano y Reig, 1991), y las insulares (Libro Blanco del Turismo I. Baleares). Así, en la Comunidad Valenciana el turismo aporta casi el 10% del P.I.B. regional, sin cuantificar los efectos inducidos y multiplicadores; ello a pesar de no haber seguido muy de cerca los cambios en los perfiles de demanda europea de los últimos años.

b) Por la falta de conexión entre las necesidades planteadas por el complejo desarrollo socio-económico y de poblamiento, a las que ha dado lugar el turismo, y la Universidad; en la que aún hoy en día no está arraigada, o por lo menos generalizada, la creencia de establecer unos estudios superiores de turismo en todos sus ciclos universitarios. La base de esta desconexión creemos se encuentra en la falta de la práctica multidisciplinar en la universidad, sobre todo en temas como el turístico donde la complejidad de elementos y factores que intervienen es grande. Quizás no se aprovechó debidamente el momento de la creación de la Ley de Reforma Universitaria del año 1983 y su posterior desarrollo para que de una vez los estudios de turismo tuvieran el enfoque universitario y social que merecen, y que hoy no son acordes con las implicaciones socio-económicas y medio-ambientales que requiere el desarrollo turístico español.

3. La situación turística actual obliga a nuevos planteamientos en la formación turística

En la actualidad como consecuencia de los cambios acaecidos en los últimos años en el desarrollo del turismo mundial y especialmente el europeo creemos van a

facilitar unos planteamientos más rigurosos de los estudios turísticos (cuadro I), tanto en sus niveles formativos como del contenido de las materias y su interrelación. Así, además se desprende de los últimos congresos de turismo, entre ellos la “Conferencia Europea de Educación Turística en Europa: El Desarrollo de la Calidad”, celebrada en Valencia⁽¹⁾. Entre esos cambios aludidos encontramos:

– La disminución de cuota de mercado en Europa, que ha pasado de representar las 3/4 partes del mercado turístico mundial en el año 1960, al motivado 63’8 % en el año 1991, esperándose para el año 2000 que ese descenso relativo alcance el 53%; igualmente, en las previsiones para el turismo del último decenio del siglo se esperan unas importantes reducciones en los ingresos, estos en el año 1990 representaban para el continente europeo el 54’4% mientras para el año 2000 se calcula estén tan sólo en el 39%⁽²⁾. Esta situación aún es más preocupante respecto al área mediterránea, dado que mientras los viajes vacacionales de los europeos, nuestros principales clientes, al exterior se han incrementado en un 2%, los destinados al área mediterránea han descendido, generalizando, en un 1%, siendo alarmante el descenso en áreas concretas como las levantinas⁽³⁾. Ello es consecuencia en gran medida de la falta de competitividad de los precios tras la incorporación de España al Sistema Monetario Europeo y a la inflación diferencial generada con respecto a ese espacio Comunitario; así, se ha pasado de un tipo de cambio efectivo real de la peseta frente a la C.E., del índice 100 para el año 1985 al 117’6 en 1990 (Aguiló, E., 1992), con lo que ello representa para el turista de pérdida de poder adquisitivo comparativo con su lugar de origen.

– Importante aspecto a tener en cuenta es el que se deriva de los cambios culturales,

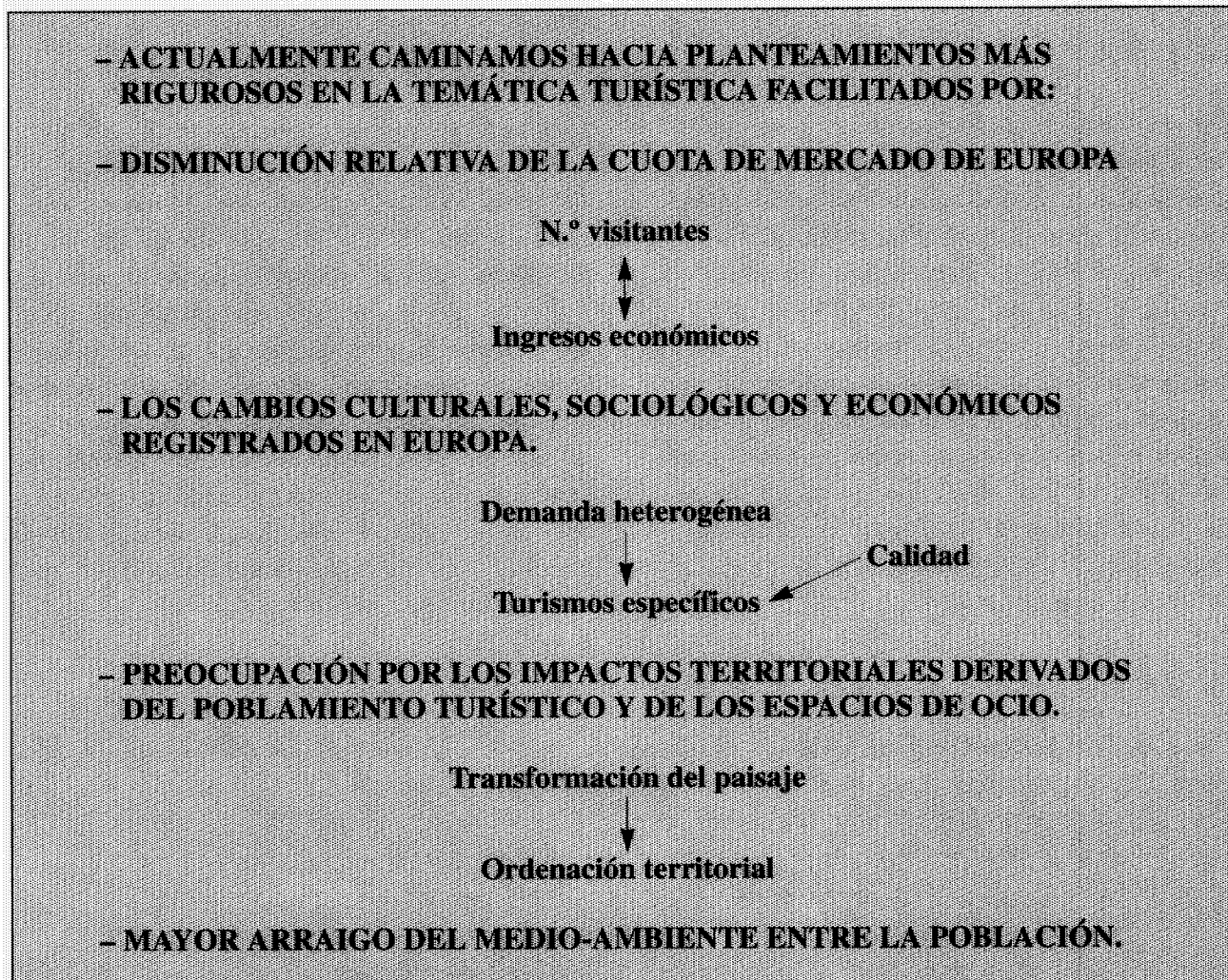
sociológicos, y económicos que han venido experimentando en las dos últimas décadas los países occidentales europeos, y que han dado paso a una configuración de una demanda heterogénea⁽⁴⁾, ligada a una alta exigencia de oferta complementaria de calidad. Por lo tanto el turista ha ampliado el espectro de elementos que demanda a la hora de hacer turismo, no limitándose estrictamente al “sol y playa”. Así, los cambios en las tendencias de la demanda, siempre ligada a la mejora en el nivel de vida, suponen una nueva etapa y un reto para la industria turística, que deberá acomodarse con profundos reajustes estructurales a esos cambios operados por la demanda europea, la cual consolida paulatinamente la fórmula de turismo cada vez más específicos, frente a la inercia de un producto turístico poco diferenciado y complejo.

– Otro factor es el incremento de la preocupación por los impactos territoriales derivados del poblamiento turístico y de los espacios de ocio. En algunas Comunidades Autónomas como la valenciana, el incremento en los últimos años de las viviendas turístico-residenciales, ha sido espectacular, tan sólo en la provincia de Alicante entre 1986 y 1990 se han construido más de 100.000 viviendas dedicadas al turismo (Vera Rebollo, 1990 a); en igual sentido podemos apuntar del litoral castellonense, donde en tan sólo cuatro municipios (Vinaroz, Peñíscola, Oropesa y Benicásim) se han superado las 11.000 viviendas “turístico-residenciales” en la última década (López Olivares, 1990), con lo que ello representa para la economía pero también de transformación del paisaje. Esta rapidez en la implantación, en algunos casos irreversible, ha suscitado enormes conflictos territoriales y por tanto la necesidad de plantear estudios exhaustivos de la nueva realidad, resultando de todo punto obligado el ordenamiento territorial y, más aún, cuando por razones de las nuevas

demandas están entrando en la dinámica del ocio áreas de montaña con usos de suelo hasta ahora tradicionales.

– Por último, en estos cambios, es de destacar el cada vez mayor arraigo que va teniendo el medio-ambiente en el mundo del turismo, el cual es en buena medida el sostén del turismo de calidad. En este sentido, contra lo que tradicionalmente se viene opinando creemos que turismo y medio-ambiente no sólo no son incompatibles (Vera Rebollo, 1990 b), sino que son dos realidades sinérgicas (Elliot Spivack, 1990) con los geosistemas del territorio y sus diferentes ecosistemas si se planifica de forma integrada, armónica y equilibrada; en muchas ocasiones, el turismo puede ser la utilización más congruente y satisfactoria de los recursos naturales renovables de un territorio, si se garantiza esa renovabilidad y persistencia (González Bernáldez, 1992). Sin embargo, ello nos obliga a realizar planificaciones coherentes, con una buena dosis en las limitaciones de explotación tanto de los recursos naturales,⁽⁵⁾ como de los socio-económicos en el contexto de la viabilidad que permiten los márgenes de crecimiento sostenido en los ámbitos espaciales. No obstante, en la actualidad aún son los problemas medio-ambientales los que representan los mayores obstáculos en la planificación y el desarrollo turístico (Gunn C.A., 1992), a pesar de la clara constatación de que esos problemas medio-ambientales son los que, en el caso de España, y, en general, del espacio mediterráneo (Lozato-Giotart, 1991) están ayudando a provocar, de manera importante, esa pérdida generalizada de imagen.

CUADRO I:



De todo este panorama turístico se deduce la cada vez mayor complejidad que ha ido adquiriendo la actividad turística, culminada por esa aludida demanda más diversificada y exigente en parámetros de calidad. Por lo tanto, esta evolución y dinámica actual nos obliga, si queremos ser competitivos, a plantear nuevos enfoques en todas las facetas turísticas y especialmente en las de la formación universitaria, que es la que *a priori* nos puede respaldar la buena viabilidad de los proyectos que requieren las nuevas formas de turismo.

En este sentido, el complejo mundo turístico actual requiere un mayor enriquecimiento de perfiles formativos pero al mismo tiempo que estos se encuentren más interrelacionados.

Ello va a suponer la formación de personas especializadas en un amplio abanico educativo, desde la gestión directa de establecimientos turísticos, directores financieros en cadenas hoteleras, directores de empresas turísticas, expertos en marketing, guías turísticos, etc., hasta la cada vez más necesaria formación de otros profesionales con una visión más amplia del fenómeno turístico que estén capacitados para la ordenación de espacios, evaluación de recursos, promoción adecuada de zonas, etc., todos ellos aspectos que, dada la aludida evolución del desarrollo turístico tanto en la vertiente de la oferta como de la demanda, han pasado de estar en un segundo plano a ocupar un lugar primordial en todas aquellas iniciativas de la promoción del turismo de calidad.

4. El geógrafo en la formación turística

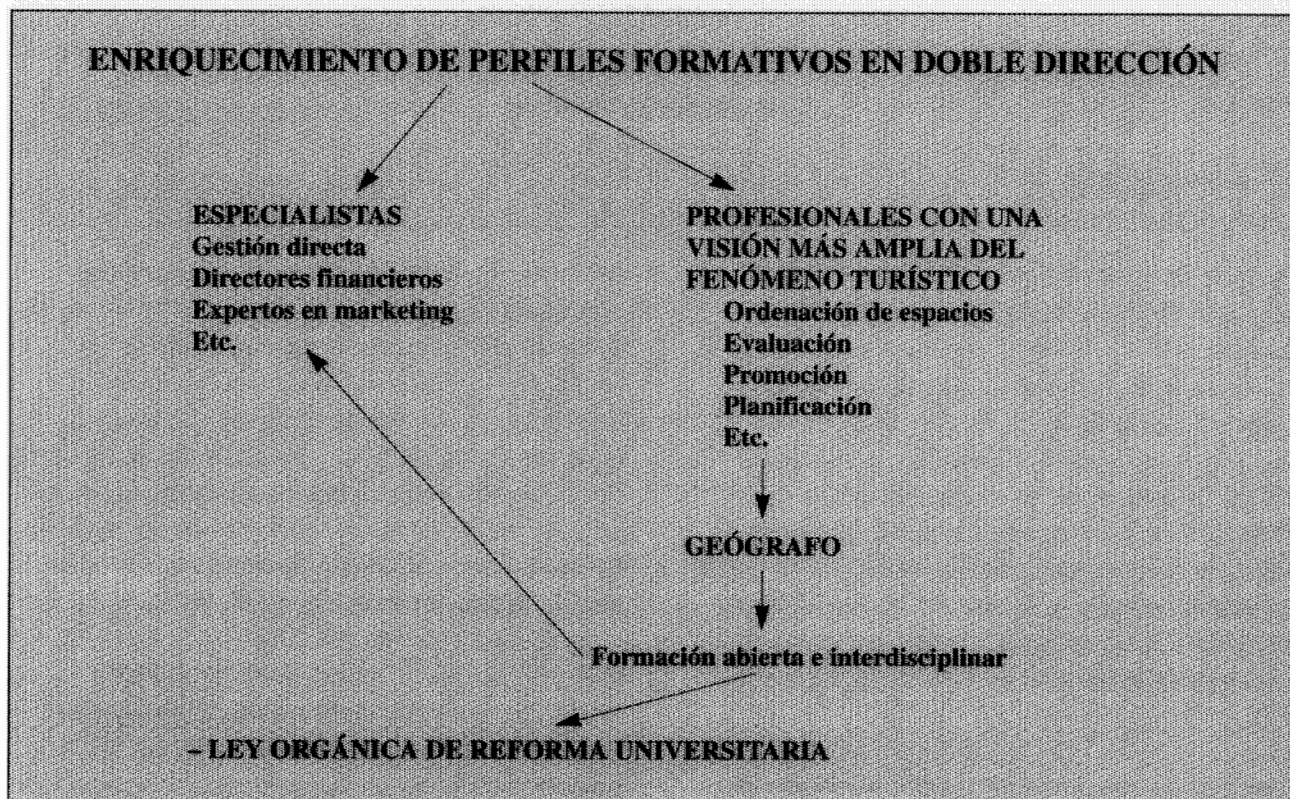
De todo lo dicho se desprende, y así se puede constatar en la realidad, que el territorio como marco de la actividad turística cada vez juega un papel más importante en esa variada demanda de calidad. Si a esto añadimos las consideraciones que se hacen cada vez con más fuerza, en torno al turismo como modificador del paisaje o incluso devorador de espacio (Languar R., 1990), entendido como reflexión y planteamiento sobre las relaciones y conflictos que genera (Marchena Gómez, 1987), podremos valorar la importancia que alcanza la participación del geógrafo en el desarrollo turístico actual.

4.1. Importancia de la formación integral e interdisciplinar del geógrafo en materia turística

Los nuevos enfoques de la demanda junto al mayor protagonismo que deben ir adquiriendo las poblaciones receptoras de ese turismo y las connotaciones territoriales, hacen que la formación del geógrafo en materia turística sea bastante compleja como analista que es de todo ese proceso de cambios. Esta complejidad obliga a una orientación en la formación geográfico-turística que contenga grandes dosis de interdisciplinariedad (Pollock, A. y Ritchie, B., 1990), en donde el conocimiento de la propia materia se vea completado, si bien de forma no tan profunda, por aquellas que intervienen en todo el proceso turístico (cuadro II).

CUADRO II:

- NECESIDAD DE POTENCIAR LA FORMACIÓN INTEGRAL E INTERDISCIPLINAR:



Por lo tanto, no debemos plantearnos una formación geográfico-turística con carácter cerrado, vertical, sino horizontal y abierta al conocimiento de aquellas materias que intervienen en el amplio espectro del turismo, el ocio y la recreación, ya sean del campo de la sociología, economía, urbanismo, etc. Sin embargo, no se trata de ejercer a la vez de sociólogos, economistas, o de profesionales del mundo de la arquitectura, sino de conocer aspectos básicos para nuestro análisis geográfico-turístico, caso de un muestreo o encuesta sociológica, interpretar unas tablas “input-output”, o saber valorar las normativas y ejecución de un Plan General de Ordenación Urbana, para alcanzar un mejor posicionamiento en la estrategia del planeamiento territorial de un área turística. Igualmente, hay que profundizar en conocimientos de cariz técnico, caso de las técnicas metodológicas para la representación cartográfica, simulaciones con material informático y alzados en ordenador, técnicas de evaluación de los recursos y capacidad de carga del territorio turístico, etc.

Así pues, esa visión formativa más abierta e interdisciplinar creemos que es imprescindible en el geógrafo que se quiera dedicar a la investigación turística, la cual debe desembocar en el ejercicio del análisis coordinado e integrador de los diferentes aspectos y elementos que componen el turismo; es decir realizar una labor a la vez que específica del área geográfica, integradora y de coordinación de ésta con las demás.

Al respecto, la entrada en vigor de la ya aludida Ley de Reforma Universitaria y su posterior desarrollo en sus áreas de conocimiento y de departamentos inciden en este espíritu interdisciplinar, aunque como ya hemos adelantado no ponen los medios para que esa interdisciplinariedad sea una realidad. Esto se puede comprobar precisamente en los

ya referidos estudios de turismo, los cuales son un estupendo campo de experimentación de la interdisciplinariedad en la Universidad. No obstante, somos conscientes de las dificultades que plantea la Universidad en la actualidad, dada la escasa especialización que poseen la mayoría de las áreas implicadas en la temática turística, con lo que, tal y como ocurre con algunas experiencias actuales, caso de los “masters”, en bastantes ocasiones se trasladan a los mismos los simples conocimientos generales de la correspondiente materia, sin connotación alguna referida a la programación turística planteada.

Pero aún con estas dificultades, que esperemos se vayan desbloqueando con la potenciación adecuada e integral de los estudios de turismo, el papel del geógrafo debe ir en la línea a la vez específica e interdisciplinar, para de esa forma poder aportar soluciones prácticas y viables, desde el respaldo que imprime un conocimiento más profundo y amplio de la realidad turística; no quedándose únicamente con la pura y simple descripción o denuncia de realidades o actuaciones más o menos acertadas.

5. La planificación turística y el geógrafo

Ya hemos apuntado anteriormente la evolución que va teniendo la demanda de los turistas, destacando esa fuerte diversificación en los llamados turismo específicos, los cuales presentan como denominador común el ser más exigentes con los aspectos relacionados con el medio natural, pidiendo entornos bien cuidados y sobre todo paisajes atractivos. Esta tendencia se traduce en una gran presión en la ocupación de espacios nuevos, dado el deterioro medio-ambiental que se detecta en los territorios litorales-turísticos tradicionales de “sol y playa”. Igualmente, en esa dinámica, se incrementa en el turista el deseo de ser partícipe

de los modos y formas de vida que ya ha perdido en su lugar de origen con motivo de los fuertes procesos de urbanización y tecnificación. Esto se puede apreciar en sus formas más atemperadas o ligeras, con el incremento de los paseos por la montaña, visita a talleres de artesanía o a explotaciones agrícolas, etc., o en sus manifestaciones más duras y dificultosas, todas ellas relacionadas con la aventura.

Así, estamos ante un tipo de turista más individual que se va alejando de lo estandar y que en función de esa mayor demanda de variedad de oferta de ocio va a ir ocupando o ensanchando su presencia en el territorio, internándose en el espacio rural. De hecho, muchas zonas montañosas inmediatas al litoral mediterráneo ya se están viendo inmersas en este proceso y quizás de una manera más acelerada de lo previsto en los últimos años. Sin embargo, la falta de modelos de "Turismo rural" y de "Ecoturismo" está propiciando los primeros problemas de masificación y de exceso de carga, traducéndose en agresiones considerables al medio de esos espacios rurales⁽⁶⁾.

5.1. La planificación turística integral

Valorando esa nueva dinámica en la que ha entrado la actividad turística, consideramos que es imprescindible para frenar esa presión social, reciclar y recuperar territorios turísticos del litoral, ya deteriorados en esas actuaciones pasadas, por medio de atractivos diseños en base a las actuales tendencias de la demanda. De este modo regenerando esos espacios costeros, haciéndolos más valiosos ambientalmente, redotando áreas, podemos cumplir dos objetivos, por una parte, los reconducimos para el mercado turístico y de ocio de calidad; y, por otra, protegemos otros territorios "vírgenes" que tarde o temprano,

entrarían en la dinámica de uso de los anteriores, saltando a su vez a la ocupación de otros en cuanto estos perdiesen su atractivo y así sucesivamente.

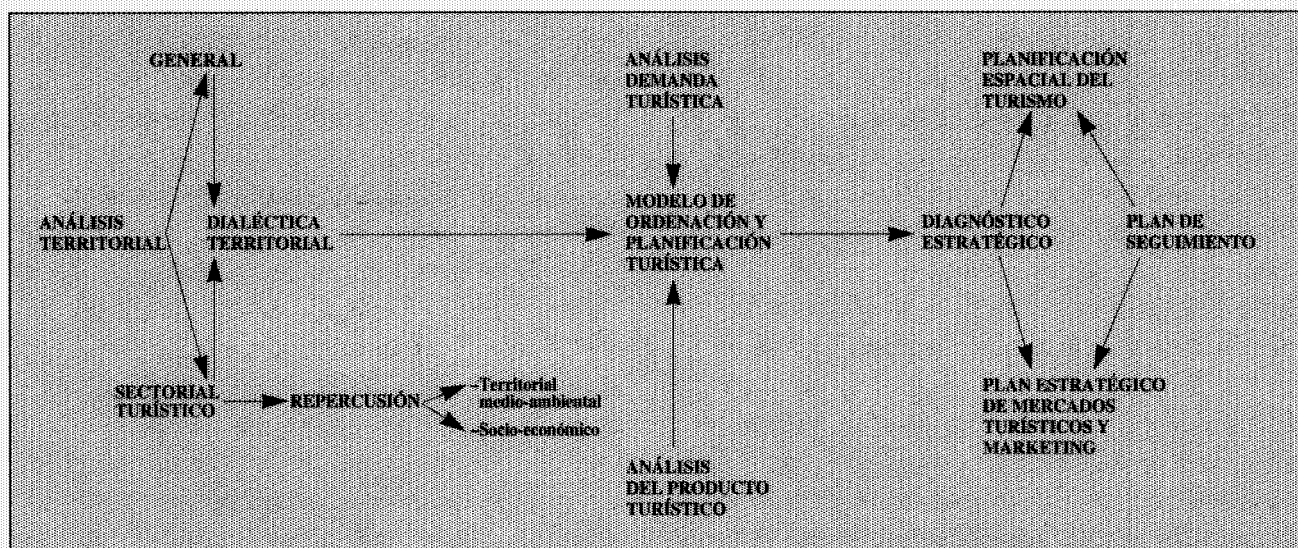
Esto requiere un enfoque de complementariedad turística entre el litoral y el territorio interior inmediato, lo cual debe provocar un efecto renovador para las zonas desgastadas de la costa con una ampliación de la oferta de productos turísticos que maten por áreas ese turismo de "sol y playa", el cual de esa forma pueda ofrecer una imagen nueva de marca diferenciada a la conocida tradicionalmente. Igualmente, por su parte, esos espacios rurales interiores se pueden ver favorecidos por una mayor dinamicidad socio-económica (Bote, V. 1988), aunque siempre teniendo como referencia prioritaria su capacidad de carga, dada la experiencia tenida en las áreas litorales básicamente en sus efectos negativos sobre el entorno natural; y es que en el desarrollo turístico, máxime en las zonas rurales, el medio-ambiente representa el "capital fijo" de la propia actividad (Marchena Gómez y otros, 1992) y por lo tanto podemos decir que va unido intrínsecamente a su capacidad de desarrollo.

Ello representa en consecuencia no sólo el tener que realizar un ordenamiento territorial de las zonas afectadas, sino también la necesidad imperiosa de implantar unos modelos de planificación turística basados en proyectos globales que potencien esta línea de actuación que tan positiva puede resultar, tanto para el futuro de las áreas saturadas de la costa como para la proyección de las áreas rurales del interior. Estos proyectos deberían contemplar como objetivo general, el conocer en profundidad las dimensiones sociales y culturales, así como las físico-naturales del marco geográfico de actuación, tanto de las zonas a regenerar como de las que están iniciándose en la actividad turística.

Entramos, de este modo, en una verdadera e importante dialéctica territorial, donde cada zona afectada por el desarrollo turístico debe optar por aquel modelo que más se acomode al progreso equilibrado de ese espacio. No obstante, cualquier modelo debería, a nuestro

entender, para que no se produzcan desestabilizaciones en el proceso de aplicación del modelo escogido, partir del análisis territorial general (cuadro III) a la vez que del propio sector turístico.

CUADRO III: PLAN GENERAL DE DESARROLLO TURÍSTICO



FUENTE: DE GROOTE, P. (1989), T.H.R. (1991) y elaboración propia.

Esto implica, de manera especial por su enorme fragilidad, al turismo rural, agroturismo, turismo natural o ecoturismo, los cuales ya hemos expuesto se están incrementando de forma importante, y para los que hay que plantear objetivos de partida como el de garantizar una calidad medio-ambiental y de poblamiento, así como el de crear las mejores condiciones sociales posibles, tanto para los turistas como para los autóctonos; todo ello en el marco de una economía competitiva y eficaz. Para estos espacios sería conveniente, sin perder la visión general y en el contexto de un modelo de desarrollo integral (Rodríguez, R., 1985), crear unos marcos de actuación territorial a varias escalas, afrontando incluso la necesidad de la compensación intermunicipal para alcanzar en el proceso sinérgico los mejores resultados; lo que debe ir acompañado de un gran soporte y

esfuerzo de la sociedad y de las instituciones implicadas en la temática turística (Ritchie, B., 1992), dadas las dificultades políticas, socio-económicas, técnicas y formativas que representa la puesta en marcha de un proceso tan complejo como éste.

Íntimamente ligado al análisis territorial turístico se debe contemplar, tanto el estudio del producto turístico como de la demanda turística, desde un enfoque de análisis de mercados, los cuales ya no van a obedecer únicamente a los criterios geográficos tradicionales de clasificación de los visitantes potenciales, dada la fuerte segmentación de esos mercados (Pujol Marco, Ll., 1991), que hasta hace poco tiempo se venían presentando bastante uniformes. Esa diversidad, a la vez, obliga a la aplicación de estrategias de marketing más complejas (Bordas Rubies, E. y

Araya Astudillo, M., 1992) con la finalidad de captar los máximos segmentos de mercados turísticos, no ciñéndose tan sólo a objetivos finalistas económicos sino que forman parte de aquellos, en reconocimiento de lo ligados que están a las nuevas formas de demanda turística los objetivos finalistas tanto de orden social como ambiental; así, se puede apreciar en los más recientes planes de desarrollo turístico y márketing tanto a nivel regional como local, como es el caso del Plan de Márketing Turístico para las I.Baleares (T.H.R., 1991), o el de la localidad castellonense de Benicásim (T.H.R., 1991).

5.2. La aportación del geógrafo a la planificación turística integral

Es pues, en esa nueva consideración de los objetivos social y medio-ambiental como aspectos básicos para el desarrollo de una economía turística competitiva, empujada por las recientes formas de demanda, las que junto a los estudios territoriales de los espacios inmersos en el desarrollo turístico, van a conceder un papel importante al geógrafo en los próximos años, en los estudios y proyectos de planificación turística. Esta idea se ve reforzada en virtud de la actual pervivencia del enfoque regional en Geografía donde el análisis geográfico ha tenido como objetivo de aplicación un sector espacial determinado, definido por una concreta combinación de condiciones naturales y valores demográficos y socio-económicos; argumento que recientemente se ha aplicado al tratamiento de otros temas como el del medio-ambiente (Muñoz Jiménez, 1992), y que encaja perfectamente en el del medio turístico. No obstante, esta orientación debe ser completada con las ramas geográficas especializadas, fruto de la diferenciación interna de la Geografía, siendo muy importantes en los actuales procesos de planificación turística aquellas que

inciden en el conocimiento de las estructuras económicas, sistemas de organización social y recursos e impactos medio-ambientales.

Estas relevantes implicaciones geográficas en el desarrollo turístico de una zona se ven reflejadas, en mayor o menor medida según espacios, en una serie de objetivos específicos que creemos debería contemplar cualquier proyecto de planificación turística, entre ellos:

- Analizar los cambios sociales y estructurales acaecidos en los últimos años en la zona de estudio, con la finalidad de conocer más a fondo las posibilidades reales de la aplicación de actividades turísticas de una manera más sistematizada.
- Sociedad y turismo: conocer las actitudes y aptitudes de los habitantes de la zona en cuestión, con la intención de poder optar por desarrollar determinadas demandas turísticas.
- Evaluación de los productos turísticos del lugar resaltando aquellos más específicos.
- Valoración de los recursos turísticos, tanto los de carácter físico como humano; estado de los recursos naturales y medio-ambientales, en relación con las infraestructuras y el equipamiento, ya de la planta hotelera, ya de viviendas turístico-residenciales, con el interés de calibrar la potencialidad de acogida del territorio.
- Valoración del estado actual de las infraestructuras generales y las específicas del turismo, en un contexto territorial amplio.
- Conocimiento de la demanda y sus características para de ese modo alcanzar las posibilidades reales de un mejor desarrollo aplicado a sus características turísticas; desde su procedencia hasta la diversidad de sus atractivos para el ocio.

– Potenciación del desarrollo turístico, valorando las repercusiones socio-económicas, al igual que su impacto medio-ambiental.

– Analizar el planeamiento del territorio en base a:

- Posibles demandas de la industria del ocio.
- Seleccionar aquellos recursos histórico-artísticos y artesanales en función de una potencial demanda.
- Conocer y acoplar a la demanda los servicios turísticos complementarios, incluyendo la animación turística.
- Posibilidades de aplicación de nuevas tecnologías para un mejor desarrollo y márketing.
- Viabilidades financieras de la zona y la posibilidad de acceder a ayudas externas.
- Valoración de costes-beneficios incluyendo los costes medio-ambientales y los sociales.

– Integrar el desarrollo turístico en los planes de desarrollo comarcales.

– Diseño de un plan de márketing, promoción y publicidad en el contexto de las iniciativas de las instituciones autonómicas y estatales.

– Programa de seguimiento de los resultados.

Como se puede apreciar el contenido que origina esta relación de objetivos exige una necesaria e importante participación del geógrafo en materia turística, la cual se puede concretar en diversos proyectos de investigación según los espacios de aplicación.

5.3. Aspectos generales a considerar en un proyecto turístico de carácter integral y medio-ambiental en las tierras septentrionales de la Comunidad Valenciana

Para finalizar hemos querido exponer las líneas generales de investigación a desarrollar en un proyecto aplicado al ámbito del área mediterránea, concretamente en las zonas del norte de la Comunidad Valenciana. En espacios donde se constata la necesidad de potenciar la complementariedad turística entre áreas de costa –saturadas– y del interior –con enormes potencialidades turísticas– en la línea apuntada en los apartados anteriores, para afrontar con ciertas garantías de éxito la competitividad de los próximos años.

En este sentido la investigación se debe orientar a clarificar el panorama de la actividad turística del área en su conjunto atendiendo, no únicamente su vertiente económica, sino también aquellas dimensiones sociales y culturales, así como las físicas, naturales y medio-ambientales a potenciar en un desarrollo turístico regulado. Dentro de este macro-objetivo el horizonte de la investigación se debería estructurar en dos ámbitos generales que, aún siendo, en alguna medida interdependientes, parece práctica y teóricamente necesario mantener separados con el fin de hacer operativo el trabajo de investigación. Se trataría de:

1. Caracterizar el turismo de las áreas de costa, y diagnosticar su situación actual sondeando en términos aproximados las previsibles tendencias de evolución.

2. Estudiar la actividad turística de las tierras del interior, analizando la diversidad de los fenómenos turísticos existentes en la actualidad, dentro del marco de la

problemática socio-económica, demográfica y cultural de estas comarcas, para señalar las eventuales alternativas de desarrollo.

Para satisfacer el primero de los aspectos generales propuestos, consideramos necesario tener en cuenta los objetivos específicos siguientes:

1.1. Referente a la actual demanda turística de la costa.

– Perfil de la demanda:

- origen de los visitantes
- distribución geográfica según los distintos enclaves turísticos costeros
- tiempo de estancia
- gasto medio
- tipo de actividad turística que realiza
- actitud manifiesta ante la eventual complementación de su estancia con actividades turísticas en el interior

– Opinión sobre la actual oferta turística por parte de los visitantes:

- medio físico-natural
- infraestructuras
- actividades
- trato personal
- grado de satisfacción respecto al motivo de su visita
- etc.

1.2. Referente a la actual oferta turística de costa.

– Recursos:

- medio físico-natural
- patrimonio histórico-artístico, arquitectónico y urbanístico
- patrimonio cultural
- otros recursos predominantemente turísticos

– Diagnóstico de la infraestructura específicamente turística:

- alojamientos turísticos
- alojamientos extrahoteleros

- establecimientos de restauración
- instalaciones deportivas
- etc.

– Tipología de los empresarios.

– Tipología de los empleados turísticos.

– Actitud del empresariado turístico respecto del eventual desarrollo de actividades complementarias de turismo de interior.

1.3. Posibles iniciativas orientadas a atraer visitantes interesados en las comarcas del interior.

– Cambios en la oferta actual de interior para incrementar la demanda.

1.4. Alternativas orientadas a remodelar las áreas turísticas de la costa.

Por otra parte, para satisfacer el segundo de los aspectos generales propuestos, consideramos sería necesario dar cuenta de los objetivos específicos siguientes:

2.1. Referente a la actual oferta turística del interior .

– Recursos:

- físico-naturales, paisajísticos, etc.
- patrimonio histórico-artístico, arquitectónico, urbanístico.
- patrimonio cultural

– Estructura topológica del turismo del interior. Su diversificación zonal en función de la diversidad de recursos, y de sus infraestructuras turísticas.

– Estructura de la oferta turística por zonas:

- tipología de las empresas turísticas
- alojamientos turísticos
- alojamientos extrahoteleros
- restauración (establecimientos, evaluación de la cocina actualmente ofertada)
- infraestructuras

2.2. Referente a la actual demanda turística del interior .

- Origen y perfil por zonas del visitante actual. Tipología del turista interior.
- Grado de satisfacción de los visitantes respecto de los motivos de elección de estas zonas como destino turístico.
- Actitudes de los visitantes respecto de los principales valores culturales y recursos turísticos de las comarcas de interior; según los tipos de actividad de los visitantes en las zonas.

2.3. Capacidad de carga física y social de las diversas zonas.

- Número mínimo y máximo de visitantes para que sea viable y sostenible.
- Distribución de las actividades y/o atracciones por zonas. Posibles actuaciones intermunicipales.
- Programas de desarrollo financiero, acordes con las capacidades del medio, tanto natural como social .
- Programas de formación, educación y reciclaje, que apoyen un proceso de desarrollo controlado del turismo interior.
- Propuestas de desarrollo de actividades económicas fundamentalmente agrícolas y ganaderas vinculadas directa o indirectamente a la actividad y al desarrollo turístico.

Pero ambos objetivos generales, el que da cuenta del turismo costero y el que analiza el turismo interior, deben interrelacionarse para poder elevar propuestas dirigidas a facilitar la complementariedad y la mutua potenciación de ambos fenómenos turísticos. Así, un tercer aspecto, como consecuencia de los dos anteriores, sería el de aportar posibilidades de desarrollo conjunto y sus alternativas posibles.

Como se puede comprobar queda manifiesto el carácter multidisciplinar que representa llevar a buen término un proyecto como este, sobre todo muy ligado a las áreas de la sociología y de la economía. En definitiva, es ese papel interdisciplinar e integrador propio de la geografía regional, enriquecido por las investigaciones en temáticas específicas, el que fortalece la presencia del geógrafo en los actuales proyectos de planificación turística.

Bibliografía

- Aguiló, Eugeni (1992): “La posición competitiva de las Regiones Turísticas Mediterráneas Españolas: posibilidades de la Política Turística”. *Papers de Turisme*, n.º 8/9, ITVA, Generalitat Valenciana, pgs. 75-92.
- Bordas Rubies, E. y Araya Astudillo, M. (1992): “Los planes de márketing turísticos. La nueva herramienta clave para el desarrollo”. *Revista Valenciana d’Estudis Autonomics*, n.º 13, Generalitat Valenciana pgs. 39-73.
- Bote Gómez, V. (1988): *Turismo en Espacio Rural. Rehabilitación del Patrimonio Socio-Cultural y de la Economía Local*. Edit. Popular, Madrid, 134 pgs.
- Clare A. Gunn, (1992): “Redefinición del producto turístico. La experiencia medio-ambiental”. *Noticias O.M.T.*, n.º 3.
- Elliot-Spivack, S. (1990): “Turismo y medio-ambiente: dos realidades sinérgicas”. *Papers de Turisme*, n.º 3, ITVA, Generalitat Valenciana, pgs. 26-43.
- Govern Balear y Universitat de les Illes Balears, (1987): *Libro Blanco del Turismo*, I. Balears, Palma.
- González Bernáldez, F. (1992): “Turismo y medio-ambiente.” *Rev. Valenciana d’Estudis Autonomics*, n.º 13, segunda época, Generalitat Valenciana, pgs. 138-165.
- Groote, P. de. (1983): “The Concept of the Geography of Tourism”. *Revue de Tourism*, n.º 3, pgs. 2-9.
- Languar R. (1990): “El medio ambiente en la planificación turística del litoral mediterráneo”. *Papers de Turisme*, n.º 2, ITVA, Generalitat Valenciana, pgs. 48-60.
- López Olivares, D. (1990): “Espacio turístico y residencial en las tierras castellonenses”. Sociedad Castellonense de Cultura. *Serie Estudios Económicos XI*. Castellón, 249 pgs.
- Lozato-Giotart, J. P. (1991): *Mediterráneo y Turismo*. Edit. Masson, s.a. Barcelona, 215 pgs.
- Marchena Gómez, M. (1987): *Territorio y Turismo en Andalucía*. Dirección General de Turismo, Consejería de Economía y Fomento, Junta de Andalucía. Sevilla, 305 pgs.
- Marchena Gómez, M. y Colabor. (1992): “Ocio y Turismo en los Parques Naturales Andaluces”. *Serie Documentos Turismo n.º 1*. Dirección General de Turismo. Junta de Andalucía, pgs. 216.
- Martínez Serrano, J. M., y Reig, E. dir. (1991): *Economía valenciana*. Edit. Espasa Calpe. Madrid.
- Muñoz Jiménez, J. (1992): “Perspectiva ambiental e integración disciplinar en Geografía”. *Boletín de la Asociación de Geógrafos Españoles*. A.G.E., n.º 14, Madrid, pgs. -6.
- Pollock, Ann, y Ritchie B.J.R.(1990): “Integrated Strategy for Tourism Educación / Training”, *Annals of Tourism Research*, vol. 17, pgs. 568-585.
- Pujol Marco, LL. (1991): “Plan de Desarrollo Turístico de una zona”. *Papers de Turisme*, n.º 7. ITVA, Generalitat Valenciana, 25-37 pgs.
- Rodríguez, R. (1985): “Teoría del Desarrollo Integrado”. *Ponencia presentada al curso sobre Desarrollo Integrado de áreas desfavorecidas*. CSIC. Fundación Banco Exterior, Madrid.

- Ritchie, B.J.R. (1992): "Foundations of quality education in tourism". *Ponencia presentada a la Conferencia Europea de Educación Turística*. Valencia.
- T.H.R. (1991): *Resumen del Plan de Márketing Turístico 1991-1993*. Mallorca, Ibiza, y Formentera. Instituto Balear de Promoción del Turismo del Gobierno Balear. Barcelona / Palma, 122 pgs.
- T.H.R. (1991): *Plan de Desarrollo Turístico de Benicàssim*. ITVA. Síntesis. pgs. 83.
- Vera Rebollo, F. (1990): "La fachada este de España: Transformaciones estructurales en el contexto de un gran eje de actividad económica." *Boletín de la Asociación de Geógrafos Españoles*, n.º 11. Madrid, 67-87 pgs.
- Vera Rebollo, F. (1990): "Estructura territorial y urbanística". *Libro Blanco del Turismo en la Costa Blanca*. Conclusiones. Cámara Oficial de Comercio, Industria y Navegación de Alicante. Universidad de Alicante, 17-28 pgs.

NOTAS:

- (1) *Conferencia Europea de Educación Turística en Europa: El Desarrollo de la Calidad*. Celebrada en Valencia los días 8, 9 y 10 de abril de 1992, la cual fué organizada por la Comisión Europea, la Secretaría General de Turismo de España, la Organización Mundial de Turismo, la Generalitat Valenciana, y la European Travel Commission.
- (2) O.M.T.: *Boletín de Coyuntura Turística*. Datos preliminares, diciembre 1991.
- (3) Datos de Indicadors de Coyuntura. Serie 4. Turisme. Conselleria d'Industria, Comerç i Turisme de la Generalitat Valenciana. 1992.
- (4) Ponencia presentada por R. Hollier titulada "Europa: receptivo de nuevas formas de turismo", en las I Jornadas: *Nuevas formas de turismo*, celebradas en Matalascañas (Huelva), en abril de 1987. Igualmente, estas tendencias en la demanda turística fueron tratadas con profundidad por el profesor D. Clary, en su participación en el Curso de Turismo "¿Crisis del Turismo? las perspectivas en el nuevo Escenario Internacional", realizado por la Universidad Menéndez y Pelayo en su sede de Sevilla (sept. 1991), con la ponencia: "Las motivaciones recientes del turista y la emergencia de nuevos productos turísticos"; Curso dirigido por el Prof. Manuel Marchena Gómez.
- (5) Esta temática fue tratada ampliamente en la ponencia del Prof. F. García Novo titulada: "Limitaciones ambientales a la explotación de recursos naturales: El ejemplo de la Cuenca Mediterránea", presentada en el *Curso de Turismo* de la Universidad Jaime I de Castellón, direc. D. López Olivares.
- (6) Estos impactos se dejan sentir ostensiblemente en las áreas valencianas del Alto Turia, o en parajes como el de Penyagolosa, donde el número de visitantes en los fines de semana se ha incrementado de forma alarmante en los últimos años, no existiendo ningún tipo de control de capacidad de acogida para estos espacios lo que hace más preocupante la situación.

Turismo y Desarrollo Regional: El Espacio del Ecoturismo

* M. J. Marchena Gómez

Resumen:

Las transformaciones reales que se están dando en el sector turístico implican a éste como un sector económico en sí mismo con las connotaciones, dinámicas económicas, y planteamientos estratégicos que conlleva toda actividad. Así, podemos hablar de “industria turística” dentro del proceso de terciarización general, la cual tiene su campo de actuación en el consumo de actividades de ocio. Este enfoque equipara a la empresa turística a cualquier otra actividad productiva, aunque dada su contrastada capacidad de arrastre sobre otros sectores facilita las actividades y consiguientemente enriquece el tejido productivo sobre todo en las zonas donde su potencial es elevado. Esta perspectiva es la que se aplica al segmento turístico del “Ecoturismo”, el cual se ve inmerso en los procesos innovadores de la actividad turística como factor de desarrollo regional, íntimamente unido a la calidad medio-ambiental. Los objetivos del “Ecoturismo” son coincidentes con las necesidades de crecimiento integral, sostenido y sostenible, capaces de mantener un estado de bienestar entre las poblaciones de las áreas donde se localiza. El “Ecoturismo” responde a una enorme diversidad de clasificaciones, aunque parece que se encuentre bastante extendida aquella que lo clasifica como “turismo científico”, “especializado”, “de aventuras”, y “casual”, modalidades que ya han sido aprovechadas por países del área caribeña para lanzar sus productos al mercado mundial, cuya demanda han conseguido liderar en la actualidad. Finalmente, el texto hace referencia a los enfoques de la imagen que la promoción de un espacio de “Ecoturismo” debe reunir para su promoción; y a una relación de actividades que realizan los ecoturistas.

PAPERS DE TURISME, 11, pp. 111-132, 1993

* Manuel J. Marchena Gómez

Profesor Titular de Análisis Geográfico Regional de la Universidad de Sevilla y Profesor Adjunto del Centro de Estudios Turísticos de La Habana (Cuba).

Turismo y Desarrollo Regional: El espacio del Ecoturismo⁽¹⁾

* M. J. Marchena Gómez

1. Turismo y desarrollo regional: conceptos esenciales aplicables al ecoturismo⁽²⁾

La tendencia surgida en los ochenta hacia una mayor liberalización y apertura de la economía no debiera significar necesariamente una menor participación del sector público en el turismo. Lo que cambia es el papel del mismo como **coordinador**, y no tutor, de las actividades (públicas y privadas) que se dan en el territorio, en este caso, regional bajo su jurisdicción. La profesionalización que esta nueva tarea exige, afecta tanto a las estructuras administrativas como a la profundización de los conocimientos de los sectores claves y estratégicos (en el sentido de que posean o no capacidad de arrastre y aglutinación de otros sectores) con presencia real en el espacio geográfico.

Toda estrategia regional diseñada dentro de un área concreta del producto turístico, que aquí será el ecoturismo, ha de pasar necesariamente por la comprensión profunda del mismo. Comprensión no sólo estructural (oferta), sino, sobre todo, de los mecanismos y tendencias que operan en las constantes innovaciones y recomposiciones del producto que se ofrece (demanda). Hechos que veremos más tarde expresados de manera específica en la explicación del papel del ecoturismo.

Así, para poder entender las transformaciones reales que se están dando en el **sector turístico**, éste debe considerarse como un **sector económico en sí mismo**. No como una actividad proveedora de divisas o de apoyo y/o justificación al sector de la construcción o

inmobiliario, sino como un sector económico más, con sus necesarias actuaciones administrativas y política sectorial, tanto macroeconómica como también políticas empresariales. Esta última consideración conlleva, en primer lugar, la fijación de objetivos e instrumentos y, posteriormente la búsqueda de maximización de resultados a través de actuaciones que afectan a los factores de producción de la empresa turística.

En este planteamiento, la palabra crisis pierde mucho de su contenido ya que toda actividad industrial experimenta cambios constantes y rupturas periódicas en sus procesos de producción y en la viabilidad de los productos que ofrece. Así, **la crisis no sería de un sector industrial sino sería una crisis de producto (turístico)**, con la consiguiente emergencia de nuevos productos como el ecoturismo.

Toda actividad empresarial necesita tener presencia en distintos mercados, o nichos de demanda, con diferentes productos, cada uno de los cuales posee dinámicas distintas en función de la fase en que se encuentre su ciclo vital y del grado de saturación de los mercados a los que pretenda atender. En lo que se refiere al primer aspecto, el ciclo vital del producto que se ofrece, es crucial conocer por parte de la empresa productora en qué fase se encuentran cada uno de sus productos (lanzamiento, expansión, madurez o declive), pues la estrategia productiva y comercial variará dependiendo del ciclo. Desde luego en el caso del ecoturismo estamos, como promedio, en su fase de lanzamiento.

La consecuencia de un planteamiento estratégico coherente es que la planificación de la producción puede llevar al abandono de algunos de los productos en fase de madurez y/o declive, pues los precios de venta (a pesar de que podría referirse a un producto todavía aceptado en un mercado amplio, aunque de

nivel adquisitivo decreciente) pueden llegar a no compensar, o cubrir simplemente, los costes necesarios para su producción. Un producto tradicional puede reorientarse hacia otro novedoso por innovaciones tecnológicas o de diseño... De hecho la mayoría de ellos son susceptibles de este cambio.

Actualmente se viene observando un proceso de "industrialización" creciente de los servicios, así como una "terciarización" de la industria. La "industria turística" no es una excepción a este proceso. Existen nuevos productos turísticos como el ecoturismo, pero también se puede rentabilizar una empresa turística con actuaciones sobre el ratio calidad/precio que incidirían y transformarían los productos tradicionales. Por ejemplo, aplicando fórmulas de desarrollo sostenible a productos litorales, cercanas al ecoturismo. Con todo, y desde el punto de vista conceptual, no hay que olvidar que la industria turística es aquella que tiene su campo de actuación alrededor de las actividades de ocio, esto es, que sus productos están destinados a satisfacer dichas actividades que son, por definición, servicios.

La clasificación de estos aspectos acota y enmarca la actividad turística en sus justos términos, "liberando" al sector de actividades que pertenecen a otros sectores productivos. Evidentemente una empresa puede ofrecer productos al mercado pertenecientes a distintos sectores productivos. De hecho, este es un caso bastante frecuente para diversificar y, por tanto, disminuir riesgos y aprovechar las oportunidades coyunturales que ofrecen distintos mercados. Sin embargo, los sectores son diferentes y presentan distintas dinámicas que se reflejan en el balance de dicha empresa multiproducto y multisectorial, pero que no definen a la empresa como perteneciente a un sector determinado, siendo los otros subordinados a él. La única conexión que

existe es a través de las cuentas de explotación y resultados de la actividad empresarial que tiene distintas estrategias dependiendo de cada uno de los sectores en los que se tiene presencia.

De igual forma, las actuaciones públicas sobre ordenación, regulación y promoción de cada actividad conllevarían políticas específicas que pueden (y suelen) estar encuadradas en ámbitos competenciales distintos (diferentes departamentos de la Administración) pero que convergen en un territorio específico, en nuestro caso el regional, con lo que la labor de coordinación es fundamental, máxime cuando se trata de un espacio turístico que tiene como componente principal de su atractivo la calidad de su medio ambiente y entorno urbano.

Uno de los argumentos esgrimidos para justificar la existencia de una crisis turística, es precisamente la crisis inmobiliario-turística y la caída de actividad de alojamientos turísticos tradicionales en áreas turísticas maduras. La falta de entendimiento, en toda su dimensión, del sector como un sector industrial productor de servicios, facilita dicha confusión, sobre todo cuando se sigue considerando a la oferta complementaria como tal, esto es como “complementaria”, constituyéndose ésta precisamente en una de las causas principales de la crisis del sector por su debilidad o desfase, pero también en la posible salida de la misma al crear nuevos productos turísticos.

Es importante recordar y recalcar que en los espacios turísticos, los visitantes, e incluso los residentes, **no residen** sino que **se alojan**, lo que conduce a que el argumento principal de orden espacial y uso social no es “la vivienda”, sino las actividades; la oferta complementaria se hace espacial y empresarialmente dominante, mientras que el alojamiento sería el uso secundario necesario para mantener las actividades de ocio. El

consumo turístico, sería, por tanto el consumo de actividades. Además, la existencia de estos equipamientos turísticos mejora la calidad de vida de la zona turística, siendo, por lo tanto, comercializables tanto en el mercado de visitantes como en el local y limítrofe.

La actividad de la empresa turística se dirige, por consiguiente hacia un mercado de servicios con independencia de la procedencia del comprador, máxime cuando, por sus peculiares características, **el producto turístico se consume en el lugar que se produce**. Es ahí donde la función de la autoridad regional y local vuelve a llenarse de contenido al ser el principal velador de la calidad del medio en donde se produce y consume el producto turístico. Donde también el Ecoturismo puede interpretarse como una nueva definición del turismo fundamentada en los recursos naturales, con actividades que van desde la investigación al ocio.

En la actividad turística empresarial, las variables endógenas, y por lo tanto a controlar y maximizar, serían las siguientes: la localización, el volumen y la calidad de la mano de obra, el capital, el nivel técnico/tecnológico y el medio ambiente; siendo algunas de las variables exógenas significativas el tipo de cambio y las motivaciones. Para optimizar dichos factores se plantean políticas públicas y empresariales sobre el suelo, la calidad del medio, la formación y reciclaje de la mano de obra, la financiación, la actitud positiva hacia la innovación tanto de procesos productivos como de productos y su comercialización (políticas de marketing), etc...

Una estrategia regional de viabilidad consistente pasa por abordar todos esos elementos como garantía de supervivencia empresarial. La maximización de los distintos factores productivos de las empresas

individuales y el tratamiento dado al entorno (accesibilidad, promoción, seguridad, etc...) por parte del sector público, determinan la viabilidad de una región turística. A pesar de la hipotética factibilidad obtenida, hay que tener en cuenta que, como sucede en cualquier industria, surgen crisis internas periódicas que incluso pueden afectar a la totalidad de una determinada área turística. Su superación está en relación directa con el nivel de diversificación de los productos ofrecidos por las empresas turísticas, con su permanente adaptación a las demandas emergentes y con la reordenación y respeto constante al medio en una estrategia de desarrollo sostenible. La **cooperación interempresarial**, la **concertación** y la actitud positiva de la **Administración Pública Turística** y otras hacia el fomento de diferentes productos turísticos, se convierten con esta perspectiva en una condición *sine qua non* para su supervivencia a escala regional.

La **competitividad** de la empresa turística individual y de la región turística en la que está localizada no sería, por tanto, solamente una cuestión de precios diferenciales sino, sobre todo, dependería de otras variables como la **calidad del producto y servicio** a ofrecer, más aún cuando la atención personalizada constituye uno de los rasgos diferenciadores del sector. Este aspecto cobra todavía más sentido en el momento actual donde las motivaciones del turista han pasado de estar excesivamente dirigidas y constreñidas por la oferta y reflejadas en la simple presencia en el destino turístico, a reconstruir la propia orientación, reelaborando y descubriendo mecanismos de diferenciación en su búsqueda de exclusividad y autonomía. La nueva empresa turística ya no es una empresa receptiva *per se* sino que se dirige hacia la dimensión del **servicio profesional puro**, hacia las estructuras organizadas precisamente para generar instalaciones y soportes técnicos

para el uso de lugares, símbolos, encuentros, recursos diversificados y siempre nuevos, doquiera que se presenten o independientemente del lugar en que se produzcan (las agencias de viajes serían un ejemplo claro de este proceso al pasar de ser intermediarias, a creadoras y comercializadoras de nuevos productos).

Una forma periodística de definir el producto turístico tradicional eran las famosas cuatro "S" anglosajonas (*Sun, Sand, Sea and Sex*), turismo pasivo, "de permanecer y observar". Actualmente el turismo activo "de hacer" se definiría por las cuatro "E" francófonas: *Equipément, Environnement, Encadrément, Événement*. Así como con las eses se estaba distorsionado el verdadero contenido del sector turístico, en el caso de la definición francesa se refleja claramente el producto turístico como un producto dirigido a satisfacer actividades. Los últimos datos existentes de la Secretaría General de Turismo de España (1990) sobre la composición de los viajes de placer de los europeos (80% del total de los viajes), muestran esta tendencia: 35% sol y playa, 16% cultural; 18% ecoturismo; 14% turismo deportivo, 6% turismo de nieve; y 6% turismo de salud.

En su afán (y necesidad) de diversificar la producción, como estrategia para reducir los riesgos empresariales, la empresa turística también flexibiliza y maximiza su actividad subcontratando alguno (o incluso todos) de los factores productivos (las variables endógenas mencionadas con anterioridad), siempre y cuando sus costes de transacción se lo permitan, esto es, que le resulte más barato trasladar parte, o la totalidad, de sus costos de producción a una subcontrata, más que asumirlos ella misma, sobre todo cuando uno de los objetivos es mejorar la calidad, objetivo que sólo se puede obtener a través de los servicios especializados. Esta posición

empresarial tendría que ser tomada como paradigmática en ecoturismo.

Esta concepción de la empresa turística como una empresa con una dinámica similar a cualquier actividad productiva, hace que el sector en su conjunto, que en la visión tradicional ya poseía un alto componente de arrastre de otros sectores de servicios e industriales, aumente su presencia en la economía en general y emerja como un sector estratégico promotor de actividades y tejido productivo, convirtiéndose así en clave para una política de diversificación y articulación industrial en regiones donde su presencia real o potencial sea significativa.

Estas reflexiones, por consiguiente, nos llevan a considerar a las actividades relacionadas con el turismo y el ocio como pertenecientes a un sector industrial más, comprendiendo mejor de esta forma las distintas transformaciones que están teniendo lugar, tanto desde el punto de vista de la oferta como de la demanda (procesos, organización y productos). La segmentación en los procesos de producción de productos y servicios turísticos, la creciente heterogeneidad de la demanda y la introducción de innovaciones tecnológicas como instrumentos fundamentales para la realización de dichos cambios, cobran sentido dentro de esta óptica.

Es desde esta perspectiva de nuevos procesos e innovaciones en la actividad turística regional desde la que afrontamos la reflexión que sigue sobre ecoturismo como factor de desarrollo regional intrínsecamente ligado a los impactos territoriales; especialmente para regiones en desarrollo. Hay un dato revelador: en la actualidad uno de los segmentos turísticos que está creciendo más rápidamente es el "ecoturismo" o "turismo ecológico"; que presenta un ascenso anual que oscila entre un 20% y un 27%, lo cual lo sitúa en la

modalidad de mayor desarrollo potencial relativo (WTO, 1989; Universidad George Washington, 1990). Además se ha determinado que el ecoturismo ha logrado reducir a menos de cinco años el intervalo tradicional de diez a doce años entre el tiempo en que un nuevo producto turístico sale al mercado y su máxima demanda, lo que constituye un tiempo record en lo referente a marketing (Ray Ashton, 1990).

2. Conceptos básicos y aspectos generales

La importancia que se concede internacionalmente a este segmento turístico, está no sólo sustentada por aspectos económicos en función del desarrollo de los diferentes países y regiones; sino también, por aspectos políticos, éticos y de forma muy particular por sus implicaciones ambientales vinculadas a la utilización y conservación de áreas protegidas.

Desde el punto de vista político, ha permitido centrar la atención internacional hacia regiones en desarrollo que son poseedoras de importantes áreas naturales, muchas de las cuales contienen una alta diversidad biológica. Es precisamente desde el enfoque teórico anteriormente argumentado y para regiones con necesidades urgentes de desarrollo económico, hacia donde se orientan las reflexiones de este trabajo conjunto. El ecoturismo puede contribuir a la conservación de la biodiversidad, sin embargo esto sólo es relativamente factible si el turismo es utilizado de forma tal que sus beneficios se reinviertan en el propio territorio, lo que en la mayoría de los casos no ocurre debido a la acción del mercado.

El aspecto ético es actualmente muy discutido por cuanto existe una escondida superioridad

moral en el terreno del ecoturismo, ya que a menudo es usado como algo que implica “turismo bueno”. La concepción según la cual los ecoturistas son mejores que otros tipos de visitantes es a la vez verdadera y falsa. Sin embargo, debido a que la mayoría de los ecoturistas provienen en la actualidad, de la élite de los países emisores, su capacidad de pagar las experiencias en los parques y áreas protegidas exceden aquellas de los visitantes nacionales o locales, por lo que existe el peligro potencial de que las áreas protegidas se conviertan en “resorts naturales” internacionales con exclusión de los ciudadanos nacionales y locales, dejando así de cumplir con uno de sus más importantes objetivos (Machlis, G. y Bacci, M., 1992).

La componente ambiental del ecoturismo es una de sus facetas más importantes, por cuanto se desarrolla en áreas de interés natural e histórico-cultural que tienen toda una serie de requerimientos para su conservación y uso. Si estos requerimientos son considerados y respetados, el área protegida puede beneficiarse del desarrollo de esta actividad, pero si predominan exclusivamente intereses de índole económica o mercantil, pueden producirse serios impactos ambientales y sociales.

No obstante, a pesar de que existe un gran número de detractores del ecoturismo, cada día toma mayor fuerza el criterio, de que esta puede ser una actividad muy valiosa en función de la concienciación sobre la necesidad de proteger la naturaleza, y al mismo tiempo, puede contribuir en cierta medida, a apoyar los gastos que requiere el uso adecuado de las áreas protegidas.

2.1. Definiciones

Hasta el presente no existe una definición mundialmente aceptada del término

“ecoturismo” que refleje todas sus implicaciones tanto de índole meramente turística como desde el punto de vista conservacionista y ético. No obstante se utiliza ampliamente la definición de Ceballos-Lascurain (1990) que plantea que “es aquella modalidad turística que presenta como principal motivación viajar hacia áreas naturales, poco modificadas y libres de contaminación, con el objetivo específico de estudiar, admirar, y disfrutar activamente de sus paisajes, plantas y animales silvestres; así como las manifestaciones culturales existentes en dichas áreas”.

Otra definición aceptada pero de menor uso es la de Tom Grusse (1990), quien plantea que el ecoturismo constituye “un tipo de viaje cuyo propósito principal es experimentar las atracciones naturales y culturales existentes, así como generar un impacto económico que permita salvaguardar el desarrollo de estos recursos”.

Recientemente, como resultado de un Congreso Mundial sobre Ecoturismo celebrado en Belize (Mayo, 1992), se propuso otra definición sobre ecoturismo: “turismo dedicado al disfrute de la naturaleza de forma activa, con el objetivo de conocer e interpretar los valores naturales y culturales existentes en estrecha interacción e integración con las comunidades locales y con un mínimo impacto sobre los recursos; sobre la base de apoyar los esfuerzos dedicados a la preservación y utilización de las áreas naturales donde se desarrolla, o de aquellas prioritarias para el mantenimiento de la biodiversidad”.

Como se observa, la definición de ecoturismo depende mucho del punto de vista considerado: en lo económico es un negocio significativo; en lo ecológico es un instrumento para defender la naturaleza en áreas naturales que de otra forma no siempre

recibirán una adecuada protección; en lo social permite mejor que otros tipos de turismo un acercamiento cultural a los pueblos visitados. Es en síntesis la explotación económica no destructiva y además conservacionista de la naturaleza realizada en ciertas áreas protegidas; en otras palabras, como diría un ecoturista, “es vivir la naturaleza en su estado original”.

2.2. Objetivos de esta modalidad

Esencialmente el ecoturismo cumple con los siguientes objetivos:

- Generar ingresos que permitan de forma directa la conservación del medio ambiente en las áreas protegidas donde se desarrolla.
- Fomentar un sistema de desarrollo sostenible, ecológicamente equilibrado, de las áreas protegidas.
- Fomentar la participación de las comunidades locales en los planes de gestión turística, así como en los de conservación y mejora de la naturaleza.
- Crear conciencia entre los turistas, turoperadores, guías, y la población en general, sobre la importancia y necesidad de la conservación de la naturaleza.
- Concienciar a gerentes, políticos y todas aquellas personas vinculadas a la toma de decisiones, sobre los beneficios directos e indirectos derivados de las áreas protegidas y su importancia a nivel global para la conservación de la biodiversidad.
- Divulgar a través de todos los medios posibles, los valores naturales, históricos y culturales que conforman el patrimonio regional.

2.3. Causas de su crecimiento

Las principales razones que han motivado el enorme auge de esta actividad son (según Baraeton, V., 1991):

- Una mayor concienciación por el medio ambiente y el conocimiento de que valores únicos y notables de la naturaleza están en peligro de desaparecer, y por lo tanto deben ser conocidos “ahora o nunca”.
- Un incremento acelerado de las presiones derivadas de la vida urbana, principalmente en los países industrializados, y la necesidad de buscar un “retorno a la naturaleza” como vía para mitigar estas presiones.
- Insatisfacción para con los centros tradicionales de turismo, comúnmente congestionados y sobredimensionados.
- Un mayor interés por participar en nuevas, instructivas y exóticas experiencias.
- La mejora general de las vías y formas de acceso a áreas naturales, que hasta hace muy poco tiempo eran prácticamente inaccesibles.
- Amplia promoción y publicidad sobre diferentes áreas naturales a través del cine, la televisión y revistas especializadas.
- La existencia e incremento de una gran variedad de organizaciones conservacionistas no-gubernamentales, que están promoviendo los esfuerzos regionales en materia de protección de la naturaleza.

2.4. Origen y evolución del ecoturismo

Hay que señalar que las actividades recreativas y turísticas en las áreas protegidas no es fenómeno reciente, por el contrario éste fue uno de los primeros objetivos que se consideraron al crearse los primeros parques

nacionales, y se ha mantenido como un aspecto importante por algo más de un siglo. La diferencia es que, en la actualidad, los visitantes buscan **experiencias más activas y enriquecedoras intelectualmente**, que pongan a prueba en muchos casos sus fuerzas y potencialidades, y permitan además realizar acciones que favorezcan la conservación de la naturaleza en las áreas protegidas.

Otro aspecto vinculado al origen del ecoturismo fue el cambio en el tipo de visitantes a los parques nacionales. “Aunque el origen del turismo en los parques nacionales es un fenómeno más bien doméstico, a partir de la década del cincuenta se inicia un marcado movimiento del turismo internacional hacia los parques nacionales, especialmente en África Oriental, India e Indonesia, buscando lugares de naturaleza y culturas exóticas. Esta tendencia y el cambio de una actitud contemplativa a una participativa a favor de la conservación, representó la semilla del ecoturismo” (McNeely y Thorsell, 1987).

A diferencia de lo que normalmente se cree, el término “ecoturismo” surgió en Centroamérica, en Costa Rica, como vía de caracterizar y promover el turismo internacional hacia los parques nacionales de este país. De esta forma el término fue promovido y surge como “marca registrada” de la Agencia Internacional Tikal-Tours (Barry, R., comunicación personal, 1992). Sin embargo, dada su amplia aceptación ahora se utiliza para caracterizar el turismo ecológico o naturalista, y se trata de presentarlo como un término proveniente del mundo occidental.

En la actualidad, esta actividad se promueve y desarrolla en numerosos países, destacándose entre los de mayor connotación en el contexto latinoamericano, regiones de Venezuela, Costa Rica, Ecuador, Belize, Islas Vírgenes Norteamericanas, Dominica, México y

República Dominicana. También se destacan por el nivel alcanzado en esta actividad, áreas regionales de Nueva Zelanda, Austria, Canadá, Nueva Guinea, Kenya, y Bután.

2.5. Clasificaciones del ecoturismo

En sentido amplio, el ecoturismo se puede subdividir atendiendo al interés de los visitantes por la naturaleza, en **especializado o no**. El primer grupo es practicado generalmente por profesionales: ornitólogos, botánicos, zoólogos, geólogos y otros naturalistas que tienen intereses específicos y un conocimiento en general alto en ciencias naturales. El segundo grupo está integrado por un conjunto más amplio de personal, y comprende a visitantes no especializados pero interesados en alguna o varias facetas de la naturaleza, así como deportistas, escritores, pintores paisajistas, etc.

De forma más específica el ecoturismo puede dividirse en varios tipos, e incluso subtipos, sin embargo no existe un consenso internacional para una clasificación única; se propone la de Baraeton, V., 1991 (con modificaciones de Salinas Eros y Rosabal, P., 1992):

- **Turismo científico:** vinculado especialmente a científicos, e investigadores interesados en conocer aspectos ecológicos y ambientales de la áreas protegidas, que por lo general realizan sus actividades en las áreas núcleo o de mayor naturalidad. Es un segmento muy limitado en lo que respecta a su comercialización, representa menos del 4% de todos los visitantes de la áreas protegidas a nivel mundial (Boo, E., 1990).
- **Turismo especializado:** se vincula a grupos interesados en conocer o desarrollar aspectos específicos en las áreas naturales, tales como: observadores de aves, espeleólogos, aficionados a la flora y fauna silvestre,

buceadores, etc. En realidad la denominación de “especializado” no diferencia totalmente a este tipo de turismo, pues en principio puede ser considerado como un subtipo del turismo científico.

Este tipo se diferencia del anterior en que los visitantes **no son necesariamente profesionales**, sino que tienen un amplio espectro de intereses que los acerca a la naturaleza.

En los Estados Unidos y Canadá esta diferenciación se hace evidente en la observación de aves; los observadores profesionales o científicos en general se denominan fundamentalmente como *birdwatchers*, mientras que, a los aficionados “no profesionales” a esta actividad se les llama *birders*, lo que pudiera traducirse como “pajareros”. Es por ello que este turismo pudiera clasificarse como de “entretenimiento naturalista” (Salinas Eros, 1992).

- **Turismo de aventuras (ecoaventuras):** se destina a grupos que prefieren disfrutar de experiencias poco comunes o inusuales en áreas de alta unicidad natural. Este tipo de opción contempla excursiones de varios días de duración (como mínimo 2 días) a campo traviesa y recorriendo sitios de alto interés natural y cultural, en un medio “lo más salvaje posible” (Budowsky, G., 1992). Normalmente se conjuga con actividades más bien deportivas; como el alpinismo, escalada, largas caminatas, kayaks, etc. Lo principal para este tipo de ofertas es la **unicidad** del producto que se ofrezca y su **alta naturalidad**; para su realización se adquiere una organización detallada de todas las acciones con el objetivo de garantizar la máxima seguridad a los visitantes, pero sin que estos se sientan controlados o pierdan el placer de disfrutar de su “aventura”.

- **Ecoturismo casual:** es uno de los más generalizados y se destina a cualquier tipo de visitante, al cual, como parte de un viaje más amplio con objetivos meramente de esparcimiento, se le ofrecen paquetes **opcionales por un día** vinculados a la naturaleza, que incidentalmente se desarrollan en determinadas áreas protegidas. Muchos países han comenzado a explotar este sector preparando opciones de amplio perfil en algunas áreas protegidas, de manera que se gane experiencia en el uso del turismo en las mismas; y al mismo tiempo, se promuevan estas áreas para la posterior comercialización de ofertas especializadas.

2.6. Mercado y comercialización

Actualmente el mercado del ecoturismo tiene una alta demanda en busca de productos nuevos y ambientalmente atractivos, que logren satisfacer la amplia demanda de un segmento turístico en rápido crecimiento. En este momento, los principales destinos son Centro y Sur América, el Sudeste Asiático, Austria y el Caribe (Travel Industry World Handbook, 1990). Sin embargo, estudios realizados demuestran que “los productos del Caribe son aún poco conocidos, mal organizados, y poco promocionados; pero el potencial existente en esta región debe llevarla pronto al segundo destino de mayor demanda a nivel mundial” (WTO-IUCN, 1990).

Ya algunos países caribeños han identificado sus potenciales para ecoturismo y comienzan a lanzar sus productos al mercado mundial, en este sentido Belize, Dominica, Bahamas y las Islas Vírgenes Norteamericanas ocupan la vanguardia entre los principales polos de atracción. Por ejemplo en 1990, el 52% de los visitantes a Belize tenían como principal motivación las ofertas de ecoturismo, cifra que alcanzó el 46 % en Dominica y el 56 % en Islas Vírgenes Norteamericanas (Boo, E.,

1990). También República Dominicana se está preparando fuertemente y tiene muy buenas experiencias en el Parque Nacional “Los Haitises”, y por su parte Venezuela constituye un polo de elevado interés por la alta diversidad y exclusividad de sus ofertas.

A diferencia del turismo de “sol y playa”, el ecoturismo se caracteriza por una “afluencia de visitantes cuantitativamente menor pero cualitativamente mayor” (Putney, A., 1992); razón por la cual sus opciones en general son caras ya que van dirigidas a segmentos medio a altos de ingresos. Para que se tenga una idea de lo anterior, puede considerarse el ejemplo de los observadores de aves. De acuerdo a un estudio realizado por una revista especializada, en los Estados Unidos existen unos 60 millones de amantes de esta actividad. Un *birdwatcher* promedio tiene un ingreso anual que oscila entre unos 25.000 y 35.000 dólares, dedica unos 93 días al año a esta actividad, y es capaz de recorrer hasta 2.763 millas para disfrutar de este hobby (American Birds, 1989).

El propio estudio muestra que el 38% de los observadores de aves son profesionales,

el 25,7% son retirados con pensiones relativamente elevadas, y un 60% al menos ha estado en otro país para realizar esta actividad. Además se calculó que como promedio gastan en esta actividad 1.842 dólares anuales, de los cuales dedican casi el 70% a tickets aéreos, hoteles y moteles, y la compra de guías de campo e informaciones especializadas.

El ecoturismo se vende en los mercados como un producto particular con un alto precio, ya que por lo general los ecoturistas, además de ser un segmento de altos ingresos, tienen experiencias de viajes turísticos a zonas urbanizadas y polos turísticos de alto nivel, y desean ahora alejarse de estos centros para buscar nuevas aventuras y un acercamiento a la naturaleza.

Los precios normales de las ofertas oscilan entre 200 y 500 dólares diarios, tanto para América Latina, África y Asia, generalmente sin incluir el costo del ticket aéreo. Algunos ejemplos de los altos precios que tienen en el mercado internacional estas ofertas son los siguientes:

RECORRIDOS	PRECIO TOTAL (USD)	PRECIO DIARIO (USD)
15 días de crucero por el Amazonas-Orinoco	8.420	561
14 días de expediciones por los Parques Nacionales de Kenia y Tanzania	6.990	499
10 días en selvas de Belize	2.200	220
7 días observación de aves en un tour por USA-Canadá-México	1950	278
3 días en el Parque Nacional de los Roques (Venezuela).	630	210
4 días en el Parque Nacional Península de Paria (Venezuela)	385	96
8 días en el Parque Nacional Canaima (Venezuela)	780	97
3 días en la Isla Moloka (Hawaii)	390	130
4 días en la Isla Kauai (Hawaii)	465	141
8 días en Parques Nacionales del Pacífico de Costa Rica.	849	106
8 días ecoaventuras de acampada en Costa Rica	699	87

Según la Organización del Turismo del Caribe, el ecoturismo está liderando las actuales demandas. El mercado para esta actividad se encuentra constantemente "...a la búsqueda de nuevos productos ambientales atractivos. En contraste, ha existido una relativa falta de acciones encaminadas a satisfacer el enorme crecimiento de este mercado, y las inversiones para el desarrollo de la infraestructura requerida para desarrollar este producto no está a la altura de la demanda" (CTO Market Guide, 1991).

Un reciente estudio sobre las principales tendencias de preferencia realizado por la OMT en colaboración con "The Ecotourism Society", señala que actualmente la mayor demanda está dirigida hacia los denominados *adventure travels* o viajes de aventura, opinión que comparten expertos de Tikal Tours (Barry, R., comunicación personal, 1992).

Actualmente hay una gran demanda de estas ofertas especialmente en Europa, Canadá y Estados Unidos, y sus precios son los más elevados. Junto a esta opción continúan con una alta demanda las actividades náuticas, y especialmente las subacuáticas; pero dirigidas cada vez más hacia lugares exóticos y de alta naturalidad. Toma cada día mayor demanda la observación de aves, estando Canadá y los Estados Unidos a la cabeza de este mercado (OMT, 1992).

Para comprender los requerimientos y potencialidades del mercado ecoturístico, es conveniente considerar lo planteado por el Dr. Charles Maynard, Presidente del Consejo de Directores de la Organización del Turismo para el Caribe y Ministro de Turismo de Dominica, durante la Conferencia de Ecoturismo realizada en la Florida en diciembre de 1990: "...el turismo, y en

especial el ecoturismo, se ha convertido para nosotros en uno de los mayores propulsores para el desarrollo, quizás en nuestro único y mayor potencial. Detrás de todas nuestras estrategias de marketing, que han logrado incrementar el número de visitantes en un 43% entre 1984 y 1989, yace la simple verdad: los visitantes se mueven al Caribe por su imagen de aguas claras, playas limpias y de gran belleza, verde follaje, aire limpio, clima agradable y pueblos hospitalarios. Estos son los principales recursos que ofrecemos y debemos protegerlos, no sólo para atraer al nuevo y creciente mercado de ecoturismo, sino para mantenernos atractivos también para el turismo masivo cada vez más preocupado por el medio ambiente”.

Por otra parte, aún existe una contradicción entre este mercado y su comercialización. Lo idóneo sería que el precio de las ofertas fuera proporcional a la calidad ambiental y a la importancia de los valores naturales e histórico-culturales del área, sin embargo los mecanismos de competencia y marketing limitan grandemente este requerimiento. Por eso muchos países están buscando formas racionales que permitan obtener los máximos beneficios a partir de inversiones sencillas y de bajo costo, principalmente vinculadas a las ofertas de mayor demanda actual.

Respecto a la comercialización, también hay que destacar el hecho de que el ecoturismo ha logrado aumentar en muchos países los tiempos tradicionales de estancia. Un porcentaje elevado de las ofertas actuales tienen una duración de siete días; no obstante existe ya una tendencia generalizada y en rápido crecimiento, de grupos de visitantes que demandan paquetes ecoturísticos de diez y más días. Por ejemplo, el estudio realizado por WWF, en cinco países latinoamericanos, mostró una estancia promedio de 14,5 días, con un mínimo de 12 y un máximo de 17 días. (Boo, E., 1990).

En este sentido se está utilizando ampliamente la estrategia de diseñar paquetes de 10, 12 y hasta 14 días, que después son adaptados según los intereses de los diferentes touroperadores. Para lograr estas largas estancias deben organizarse opciones que por lo general, combinen la visita a varias áreas protegidas cuyos valores y recursos naturales sean complementarios entre sí, conjugando áreas costeras y marinas, montañas, humedales, recorridos de ciudad, visitas a centros de interés, etc.

Otro aspecto importante es la edad promedio de los visitantes. Encuestas realizadas por el Departamento de Pesca y Vida Silvestre de los Estados Unidos, en diferentes parques nacionales de Norte y Centro América muestran una tendencia al predominio de visitantes de tercera edad que representaron el 63% de los encuestados con un promedio de 42,3 años (Texas Parks & Wildlife, 1992). Similares resultados obtuvo el estudio realizado por WWF, con valores promedios que oscilan entre 37,4 y 45,2 años, contrastándose que los visitantes más jóvenes estaban entre los 16 y 21 años, y los más viejos entre 68 y 73 años, aunque se encontraron visitantes mayores de 80 años, pero sólo representaban el 0,4% del total de encuestados (Boo, E., 1990).

Hay que señalar que el comportamiento de las edades debe ser analizado, tanto de forma general como particular, en función de los tipos de ecoturismo, pues existe una clara tendencia al predominio de jóvenes en las modalidades de turismo de aventuras, montañismo, trekking, etc.; sin embargo, los visitantes de la tercera edad se vinculan más a la pesca deportiva, observación de aves, así como a recorridos y excursiones en áreas naturales (Barry, R., 1992). Este problema puede atenuarse a partir de la técnicas de uso de las áreas protegidas; especialmente, en lo relativo

al diseño y construcción de accesos, senderos interpretativos y otras facilidades.

Por último hay que hacer mención a la duración media de las actividades diarias. En general, un "ecoturista" no paga por estar la mayor parte de su tiempo en las instalaciones hoteleras, aislado en el aire acondicionado, o moviéndose constantemente de un lado a otro en vehículos de alto confort, por el contrario, está dispuesto a pagar altos precios por estar el mayor tiempo posible en contacto con la naturaleza y la población local.

En este sentido, la experiencia de varios países muestra que en general, pueden programarse de 6 a 8 horas diarias de actividades en el terreno, que pueden incluir fuertes jornadas que demanden el esfuerzo físico de nuestros visitantes: "...la experiencia nos ha enseñado que cuando más exigentes hemos sido respecto a la capacidad física de nuestros visitantes, en jornadas de hasta 8 horas en el campo, más complacidos y realizados se han sentido, y aprecian con mayor intensidad las comodidades y servicios que posteriormente disfrutaron" (Barry, R., comunicación personal, 1992).

2.7. Imagen y promoción

Este aspecto está íntimamente ligado con el anterior, pero por su importancia, merece ser tratado de forma diferenciada. Es necesario señalar que éste es un tema muy amplio, especialmente en lo relativo al término "imagen"; en este caso se tratará sólo lo concerniente a la promoción, pues posteriormente, en el tema relativo a infraestructura se harán algunas observaciones sobre la imagen, como integración entre la arquitectura y el paisaje.

El análisis de la información disponible, y especialmente de los materiales promocionales preparados en diferentes países, tales como

folletos, posters, guías de turismo, vídeos, etc; muestran una tendencia a divulgar especialmente el entorno y los valores naturales de las áreas que se ofertan, en lugar de las comodidades y servicios del alojamiento. "La imagen del ecoturismo debe variar hacia una búsqueda del exterior en lugar del interior, para el ecoturista es menos importante la comodidad y diseño de su habitación que los valores excepcionales que disfrutará durante su estancia" (Ceballos-Lascurain, H., 1991).

En sentido general, cada país vinculado a este mercado internacional ha identificado el elemento más representativo que caracterice su naturaleza y lo utiliza como emblema de toda la actividad; sin embargo, esto se complementa con una imagen natural propia y diferenciada de cada polo turístico, que lo individualiza como producto singular en el contexto nacional.

La búsqueda de este aspecto individual no siempre es fácil y en ocasiones existe una gama de valores tan amplios que hacen difícil esta selección; no obstante algunos países logran esta diferenciación **a partir del uso de encuestas, tanto a turistas como a diferentes especialistas**. En otros casos se usa la **definición del paisaje más destacado por sus valores y unicidad en el contexto nacional**.

Al evaluar unos 20 folletos y materiales promocionales de diferentes países (Nueva Zelanda, Venezuela, Costa Rica, Canadá, República Dominicana y México), se observan como aspectos comunes los siguientes (Rosabal, P., 1992):

- Mapa con la localización del área natural que se promueve, tanto en el contexto nacional como internacional.
- Breve descripción del área y especialmente de sus principales valores naturales e históricos, en un lenguaje popular con ningún o muy pocos nombres científicos.

- Una descripción general de la principales actividades y opciones que pueden desarrollarse y de los valores naturales e históricos vinculados a las mismas, con información sobre su duración y servicios incluidos.
- Principales infraestructuras y servicios que se ofertan (alojamiento, gastronomía, guías especializados), sus características, categorías y especialidades.
- Principales restricciones y regulaciones vinculadas a la conservación de la naturaleza.

Por otra parte se realizó una evaluación de la información gráfica que aparece en cada uno de los materiales, y se encontraron los siguientes aspectos:

- El área de cada pliego o página es utilizada aproximadamente en un 80% por fotos y gráficos, y el resto por textos poco extensos.
- Cada página incluye como promedio entre 3 y 4 fotos.
- Las fotos de mayor tamaño se vinculan a paisajes de muy alto valor escénico, localizándose generalmente al centro.
- Del total de material gráfico se observó que:
 - El 28% está dedicado a fotos que combinan paisajes con el desarrollo de actividades ecoturísticas, tales como recorridos marinos y fluviales, observación de aves, buceo, caminatas, kayaks, etc.
 - El 24% se dedica sólo a mostrar paisajes naturales.
 - El 15% muestra la infraestructura, servicios e instalaciones existentes.
 - Un 9% está dedicado a mapas, diagramas, perfiles de ríos, vista en planta de cuevas o sitios de interés, etc.
 - Las características y elementos de las comunidades locales se reflejan en el 5% de las fotos.
 - A especies de la flora se dedican el 5% de las fotos.
 - La fauna silvestre se muestra en un 9% de las fotos, y se reflejan fundamentalmente

especies amenazadas de interés regional e internacional.

–Un 5% son fotos antiguas, vinculadas a la historia de un lugar.

–En muy pocos casos se observaron fotos dedicadas al interior de las instalaciones de alojamiento.

Respecto a la promoción se ha podido observar, a partir de experiencias de Canadá, Venezuela, República Dominicana, Belize, e Islas Vírgenes Norteamericanas; que normalmente el “lanzamiento” de nuevas ofertas ecoturísticas se promueve a partir de la ejecución de determinados torneos y competencias, así como vinculándolas a las actividades de algún evento científico-técnico de interés. Por ejemplo, la Sociedad Audubon lanzó, en 1987, un encuentro internacional de observadores de aves; en estos momentos participan en esta actividad de carácter anual 42.000 *birdwatchers*, y se practica en unas 1.600 áreas de Alaska hasta Suramérica, incluyendo las islas Guam y Saipan (Lyons, J., 1992).

Otro caso similar fue el lanzamiento por parte de Venezuela de una amplia gama de ofertas ecoturísticas en el marco del IV Congreso Mundial de Parques Nacionales y Áreas Protegidas, en el cual se ofrecieron 32 giras y excursiones técnicas, que no sólo profundizaban en muchos aspectos debatidos por el congreso, sino además, constituyó una enorme promoción turística para la mayoría de las áreas naturales visitadas.

Otra forma de promoción que adquiere cierto auge especialmente en Latinoamérica, es la realización de expediciones científicas de carácter internacional en áreas naturales de interés para ecoturismo. Por esta vía se logra centrar la atención sobre un área importante por grupos y personalidades vinculadas a la conservación de la naturaleza, con el objetivo

de estudiar especies amenazadas o ecosistemas en peligro. Esta actividad se planifica a mediano y largo plazo, de manera que constituya un “gancho” para la visita al área de investigadores y ecologistas, a partir del uso de las posibilidades del ecoturismo.

El uso de los medios masivos de comunicación y divulgación son para el ecoturismo tanto o más importantes que para el turismo masivo o convencional. En este sentido se observa una fuerte tendencia a facilitar y promover que cadenas televisivas de amplia influencia, realicen vídeos o series temáticas en áreas naturales, que se lanzan al mercado turístico. Otra tendencia es la publicación de artículos en revistas o periódicos especializados; en este sentido, se puede destacar aquellas destinadas a importantes aerolíneas, en los últimos dos años, aparece en las mismas al menos un artículo por número sobre áreas naturales y ecoturismo.

2.8. Principales actividades que practican los ecoturistas

No ha sido factible encontrar una publicación que resuma todas las ofertas actuales de ecoturismo, por cuanto éstas dependen mucho de la variedad natural de los diferentes países y regiones, sin embargo tipológicamente se pueden agrupar en las siguientes:

- **Recorridos náuticos:** se realizan en ríos, esteros o áreas costeras de alta naturalidad e interés paisajístico, pero a diferencia de las ofertas tradicionales, se utilizan pequeñas embarcaciones para acentuar la exclusividad de los mismos, tales como canoas y botes inflables con capacidad de unas 8 a 10 personas, evitándose el uso de yates o embarcaciones de mayor porte.
- **Buceo /Snorkeling:** constituyen ofertas tradicionales orientadas básicamente hacia zonas de alta naturalidad, con paisajes submarinos bien conservados y de amplia diversidad biológica, especialmente de peces y corales.
- **Pesca:** a diferencia de la caza –actividad controvertida que en estos momentos tiene un amplio rechazo entre los ecoturistas–, la pesca tiene cada día una mayor demanda especialmente la denominada *fly fishing* (pesca con moscas artificiales), cuyas reglas más recientes garantizan la reintroducción de los peces a su medio con un mínimo de mortalidad. Esta es una opción de amplia demanda en Canada, Estados Unidos y Europa, donde se calcula que de cada 100 ciudadanos, cuatro son pescadores “ambientalistas” activos (CIPS, 1992). También mantiene un alto interés la pesca de altura (*spinning/casting*) especialmente en aguas del Caribe. A diferencia de las opciones de pesca tradicional, actualmente esta actividad se combina con acciones encaminadas a la protección de ríos, embalses y otros cursos de aguas naturales o artificiales, los que atraen a numerosos grupos de aficionados, y de esta forma se integran a acciones concretas de conservación.
- **Observación de las aves:** se destina a un segmento del mercado amplio, tanto de profesionales como aficionados a esta actividad, se desarrolla en áreas de alta diversidad de avifauna y de relativa concentración. Tiene como requerimiento importante la necesidad de contar con guías especializados.
- **Observación de flora y fauna silvestre:** se desarrolla especialmente en áreas que presentan una alta diversidad de paisajes y vida silvestre (flora y fauna); se destina a un amplio segmento de turistas, no necesariamente profesionales, que tienen interés por conocer la naturaleza del país, y por lo general son aficionados a la toma de fotografías y vídeos sobre estos lugares.
- **Montañismo:** incluye ofertas de recorridos o caminatas a campo traviesa en zonas montañosas de interés, atravesando diferentes

tipos de paisajes naturales y con diferente grado de dificultad, contando con un apoyo logístico mínimo en áreas previamente determinadas.

Dentro de esta actividad tienen una amplia demanda las opciones de *backpacking*, que consiste en largas caminatas de uno, dos o más días, a través de senderos naturales y disponiendo de mochilas, alimentos ligeros, y sacos de dormir o hamacas que permitan pernoctar al aire libre en cualquier lugar. En estos recorridos los visitantes prefieren auxiliarse de brújulas y mapas para una mayor libertad de acción, y sólo excepcionalmente se utilizan guías. En Canadá se calcula que un 35 % de los visitantes a los Parques Nacionales lo hacen para realizar jornadas de *backpaking* en los mismos (Edwards, J., 1992).

- **Espeleoturismo:** se destina tanto a visitantes especializados como de intereses más amplios, para lo cual es necesario diferenciar las ofertas en función del grado de complejidad de las cuevas y cavernas a utilizar, en ambos casos se requieren lugares de buena naturalidad. Para visitantes de amplio perfil, es recomendable la creación de senderos internos que faciliten tanto la protección de la cueva como de los propios visitantes, así como una mejor organización de la oferta.

Además de estas actividades, existen otros tipos de ofertas ecoturísticas que se diferencian, principalmente, por su forma de organización y sus objetivos; en este caso se consideran las siguientes:

- **Expediciones científicas:** combinan diferentes tipos de actividades, pero se caracterizan por perseguir un objetivo concreto vinculado a estudios o investigaciones en áreas protegidas. Esta forma de organización está siendo muy utilizada por algunos países como Jamaica (Lee, D., 1992) y República Dominicana;

producen beneficios en cuanto al conocimiento de las áreas, y además, aportan ganancias algo mayores que otras ofertas, debido a que muchas de ellas están financiadas por Organizaciones No-Gubernamentales u otras de carácter internacional.

- **Opciones histórico-culturales:** incluyen una amplia gama de posibilidades vinculadas a la visita a sitios arqueológicos, históricos, ruinas o evidencias arquitectónicas de interés, asentamientos poblacionales relevantes por su etnia o costumbres, fortalezas, etc. Generalmente, se combinan con otras actividades de forma complementaria o como opcionales por un día dentro de paquetes de alta vinculación con la naturaleza, como vía para propiciar que los visitantes interaccionen con las culturas locales. En la mayoría de los casos se prioriza la oferta de aquellos sitios localizados en un entorno de relativa naturalidad.
- **Eventos deportivos:** son ofertas de carácter especializado vinculadas a determinados deportes, para los cuales, la naturaleza constituye un medio en sí para su práctica. Tal es el caso de competencias de alpinismo, kayaks, buceo en apnea, deportes de vela, canotaje en saltos de ríos, etc. Estas opciones tienen una buena demanda en el mercado canadiense y europeo (Watts, J., 1992; comunicación personal), pero “su éxito depende de una rigurosa y exigente organización”.

Además de lo anterior hay que señalar, que normalmente para el uso de estas actividades, se propicia el uso de medios de locomoción que demanden el esfuerzo físico del visitante, tales como el uso de caballos para la práctica de la equitación, o de la bicicleta en diferentes tipos de ocasiones, entre las que destaca por su éxito la *mountain-bike* o cicloturismo de montaña, que se desarrolla en distintos países (Baja Expeditions, 1992).

2.9. Características principales del ecoturismo (según Baraeton, V., 1991; modificado por Salinas Eros y Rosabal, P., 1992)

- Se desarrollan principalmente en Parques Nacionales u otro tipo de áreas protegidas.
- El ecoturismo tiene un carácter inter y multidisciplinario en todas sus etapas de desarrollo. Este carácter no es sólo desde el punto de vista del técnico, sino también por la necesidad de establecer una buena interacción entre múltiples sectores e instituciones. La falta de una adecuada coordinación entre todos los factores que deben promover esta actividad (agencias conservacionistas, turoperadores y agencias turísticas, instituciones vinculadas a la utilización de áreas protegidas, entidades de investigación, instituciones de capacitación, etc), ha originado el fracaso de algunos planes de desarrollo en varias regiones de Latinoamérica.
- Requiere de una adecuada organización y diseño de las ofertas para evitar grupos grandes de visitantes, pues los ecoturistas aspiran a disfrutar de una alta exclusividad y privacidad.
- Los participantes en este tipo de opciones prefieren la mayor libertad posible, por lo cual no puede abusarse de las visitas o excursiones dirigidas. Los visitantes deben conocer todas las posibles opciones y decidir sin presiones cuales realizar.
- Lo anterior no quiere decir que no se establezcan fuertes regulaciones, por el contrario, este tipo de visitante conoce la necesidad e importancia de las medidas de protección y por lo general exige su conocimiento y control.
- Son grupos que requieren y reclaman el mayor contacto posible con los pobladores locales para conocer sus costumbres y cultura.
- No requieren grandes y sofisticadas construcciones de alojamiento, pero sí que las existentes sean confortables, de buena privacidad, y sobre todo limpias.
- Evitan en lo posible contactos frecuentes con otros turistas y no frecuentan las instalaciones destinadas al tipo de turismo masivo.
- Son grupos exigentes, en cuanto al tratamiento de algunas cuestiones éticas, ecológicas o ambientales; por ejemplo están en contra de mantener animales en cautiverio como muestras a los turistas; rechazan alimentos o productos derivados de animales en peligro de extinción como las tortugas; demandan una buena limpieza de los senderos y áreas que visitan; rechazan la caza como actividad turística, etc.
- Con frecuencia se combinan actividades de esparcimiento con otras de índole deportiva, como largas caminatas, kayaks, buceo, escalada, etc. En ocasiones grupos especializados demandan ofertas de riesgo, pero siempre se espera que la propia oferta tenga prevista la mayor seguridad posible en caso de accidente; es decir, que cuenten con medios rápidos de rescate y salvamento, atención médica especializada, guías capaces de vencer situaciones imprevistas y difíciles, etc; por este motivo estas opciones tienen precios elevados.
- Las ofertas de ecoturismo, por lo general, tienen precios elevados que pueden oscilar entre los 100 y 200 dólares diarios; los precios en la mayoría de los casos están dados por la calidad y exclusividad de los

recursos y valores naturales. No obstante, estos altos precios deben corresponderse con una buena seguridad, pues el turista espera encontrar buenos senderos naturales e interpretativos, servicios de guías especializados, recursos y valores naturales e histórico-culturales bien conservados, flexibilidad y variedad de opciones, etc...

- A diferencia de otras ofertas turísticas convencionales en éstas debe ser un requisito prioritario que la conservación de las áreas naturales se beneficie del desarrollo de las mismas; es decir, que se prevea la reinversión de una parte de los ingresos a favor de la protección y utilización de los recursos naturales. Muchas veces los ecoturistas se interesan y preguntan sobre este tema, e incluso en ocasiones suelen hacer donaciones particulares a determinados objetivos de utilización.

Bibliografía

- Adiwoso, I. & Van Der Oever, P. (1992). *People pressure on parks*, IUCN. Caracas, 22 pgs.
- Andersen, D. (1992). *Treading lightly; creating a framework for responsible design of ecotourism facilities*. UICN. Caracas, 23 pgs.
- Boo, E. *Ecotourism: The potentials and pitfalls*. WWF, Washington D.C. 169 pgs.
- Baraeton, V. (1991). *Ecotourism implications and general needs*. West Indies University. Barbados, 14 pgs.
- Baez, A.; Ashton, R. (1992) *Programa de ecoturismo para Centro América: una experiencia sin precedentes*. Caracas, 8 pgs.
- Bacci, E. y Machlis, G. (1992) *¿Es el ecoturismo ideológicamente parcializado, elitista, limitado, antidemocrático y no sostenible?*. Caracas, 10 pgs.
- Bamford, D. (1992). *Sports and recreation events in protected areas: mountains to the sea*. Tourist Resource Institute. New Zealand, 41 pgs.
- Croning, L. (1990), *A strategy for tourism and sustainable development*. World Leisure and Recreation. Vol 32, no. 3. New York, 33 pgs.
- Clark, J. (1992) *Carrying and tourism in coastal and marine areas*. Revista Parques, Vol. 2, n.º 3, IUNC. Cambridge, 33-36 pgs.
- Edwards, J. (1992) *Backpacking the trails*. Texas Parks and Wildlife. Vol. 50, n.º 4. Austin, Texas, 36-48 pgs.
- Epler Wood, M y Wallace, G. (1992). *Visitors management in protected areas*. IUCN. Switzerland. 25 pgs.

- Gandwel, S. (1991) *Ecotourism, ecodevelopment and environmental interpretation: lessons from Talamanca, Costa Rica*. Colorado State University. Ft. Collins, 58 pgs.
- Kutay, K. (1989) *The new ethic in adventure travel*. Buzzworm Magazine. Vol. 1, n.º 4. Kenya, 27 pgs.
- Kleinschmidt, R. (1992) *Resort Concept*. Real Investment Overseas Company (RIOC). Washington D.C. 10 pgs.
- Kleinschmidt, R. & Ladow, D. (1992). *Tourism's role in creating and sustaining protected areas*. RIOC. Washington D.C. 22 pgs.
- Lyons, J. (1992). *A wealth of birds*. Texas Parks and Wildlife. Vol. 50, n.º 4. Austin, Texas 12-20 pgs.
- Mironendo, N.S. y Tverdojlebov, I.T. (1984). *Geografía Recreativa*. Moscú, 224 pgs.
- Martin, C. (1987). “La investigación en las áreas protegidas”. *Revista Flora, Fauna y Areas Silvestres*. Año 1, n.º 3. Oficina Regional de la FAO para América Latina y el Caribe, 11-16 pgs.
- Merino, S. (1987). “Las áreas protegidas de la Argentina”. *Revista Flora, Fauna y Areas Silvestres*. Año 2, n.º 4. Oficina Regional de la FAO para América Latina y el Caribe, 11-16 pgs.
- Macneely, J. (1992). *The contributions of protected areas to sustaining society*. IUCN. Caracas. 17 pgs.
- Passof, M. (1991). *Ecotourism Re-Examined*. Earth Island Journal. Center for Responsible Tourism. California. 28-29 pgs.
- Putney, A. (1992). *Protected areas in the Caribbean*. IUCN. Switzerland. 51 pgs.
- Pérez Olindo. (1992) *Regional review of protected areas development in Eastern Africa*. IUCN. Switzerland. 45 pgs. *Programa de Excursiones del IV Congreso Mundial de Parques Nacionales*. 1992. Instituto Nacional de Parques y Comité de Turismo. Caracas. 18 pgs.
- Rosabal, P.; Chiappy, C; Serrano, F. et al. (1990). *Propuesta de uso del Parque Natural Punta Hicacos, Varadero*. IPF. La Habana. 22 pgs.
- Rosabal, P. (1991). *Potencialidades ecoturísticas de Cayo Saetia*. Comarna. La Habana. 19 pgs.
- Rosabal, P. (1991). *Propuesta de uso ecoturístico de Bahía del Naranjo*. Gaviota, S.A. La Habana, 19 pgs.
- Rosabal, P.; Fernández, B. y Dorado, Y. (1991). *Potencialidades para ecoturismo de algunos humedales cubanos*. Trabajo presentado al evento Zapata 91. Matanzas, 20 pgs.
- Rosabal, P. (1992). *Experiencias de la integración ecoturismo-áreas protegidas en la República de Cuba*. IUCN. Caracas. 20 pgs.
- Renard, U. (1992). *How local communities can manage their own protected areas*. IUCN. 15 pgs.
- Salinas Eros; León, A. e Iñiguez, L. (1979). *Viñales. Evaluación estética de los paisajes para su aprovechamiento turístico*. Instituto Nacional de Turismo. La Habana. 35 pgs.
- Salinas Eros. (1986). *Fundamentos geográficos-paisajísticos para la organización del turismo en Cuba*. Tesis para la obtención del grado de

- Candidato a Doctor en Ciencias Geográficas.
Kiev. 204 pgs.
Algunas consideraciones sobre el ecoturismo. Instituto Nacional de Turismo. La Habana. 7 pgs.
- Selengut, S. (1992) *Building partnerships between protected areas and the tourism industry.* IUCN. Caracas, 19 pgs.
 - Swanson, M. (1992). *Ecotourism: embracing the new environmental paradigm.* University of Idaho. Moscow. Idaho. 18 pgs.
 - Unep (1984). *Tourism Carrying Capacity.* Industrial and Environment Magazine. Vol. 7, n.º 2. París, 38 pgs.
Tourism and the environment Industry and Environment. Vol. 7, n.º 1, París, 38 pgs.
 - U.S. Fish and Wildlife Service. (1989). *Guidelines for tourism and recreation services in National Parks.* Ministry of the Interior. Washington D.C. 65 pgs.
 - Valentine, P. (1992) *Tourism in protected areas: the challenge and the opportunities.* IUCN Caracas, 23 pgs.
 - William, P. (1991). *Ecotourism management challenges.* Travel Review Conference Proceedings. Washington D.C. 17 pgs.
 - Wallace, G. (1992). *Real Ecotourism: Assisting protected areas managers and getting benefits to local people.* Colorado State University. Colorado. 12 pgs.

NOTAS:

(1) Este texto reúne la aportación sobre el tema realizada en las Jornadas del Grupo “Geografía del Ocio, la Recreación y el Turismo” de la Asociación de geógrafos Españoles (A.G.E.) en Castellón de la Plana (Septiembre de 1992) y los puntos de vista de colegas cubanos en colaboración desarrollados gracias al proyecto de la CICYT: “Región Caribe: Desarrollo y Recursos Litorales. Bases Metodológicas y Sistemas de Información Territorial” (AME 91-1083). Además este artículo se enmarca en las directrices de la COMARNA e INTUR de Cuba tendentes a crear las bases conceptuales y metodológicas que permitan encauzar racionalmente la actividad turística en el país caribeño.

Han colaborado en este artículo:

Pedro M. Rosabal
Profesor Titular de Análisis Geográfico Regional de la Universidad de Sevilla. Profesor Adjunto del Centro de Estudios Turísticos de la Habana (Cuba).

Eros Salinas Chovez
Especialista en Areas Protegidas de la Comisión Nacional para la Protección del Medio Ambiente de Cuba (COMARNA).

Beatriz Fernández
Dirección de Desarrollo del Instituto Nacional de Turismo de Cuba (INTUR).

Yamilé Dorado
Profesoras del Centro de Estudios Turísticos de la Habana (INTUR).

(2) Este epígrafe se ha nutrido básicamente de las reflexiones de Vicente Granados Cabezas: “Las estrategias de cualificación de los productos turísticos andaluces: reestructuración y ventajas comparativas” en **Jornadas de Información. Municipios, Litoral y Turismo**, Nerja (Málaga) 1992.

Papers de Turisme

Índice

Papers de Turisme fue editada por primera vez en 1989 con el propósito de crear un marco de debate y reflexión sobre el estudio, cada día más complejo de la economía del turismo.

Desde entonces ha sido publicado un amplio número de estudios sobre diversos aspectos de esta actividad. Para facilitar la labor de investigación a suscriptores y analistas, publicamos un índice por materias de todos los artículos aparecidos hasta el momento.

Pueden solicitar los números atrasados al ITVA.

Alojamiento

- | | |
|--|-------------|
| El <i>timesharing</i> en España: una amenaza o una oportunidad. | No. 4-1990 |
| Estrategias de marketing para hoteles en 1992: ¿Diferenciación o imitación?. | No. 6-1991 |
| La empresa hotelera española. Factores de desarrollo. | No. 10-1992 |

Comunidad Económica Europea

- | | |
|---|------------|
| El futuro del turismo en la C.E.E. | No. 2-1990 |
| Los escenarios turísticos en la Europa post 1992. | No. 2-1990 |
| Concentración e integración de las agencias de viajes españolas ante el Acta Única Europea. | No. 5-1991 |
| La Promoción en Europa: ¿Ganamos terreno?. | No. 7-1991 |

Educación

- | | |
|--|--------------|
| La formación de profesionales en la industria turística europea. | No. 7-1991 |
| Formación turística: Un enfoque de progreso sobre España | No. 7-1991 |
| Claves para una enseñanza de calidad en materia de turismo. | No. 8/9-1992 |
| Evolución histórica del contenido de los estudios de turismo. Una investigación basada en las obras fundamentales. | No. 10-1992 |

Estudios de mercado

- | | |
|---|------------|
| El mercado turístico español. Aproximación a la demanda turística de la Comunidad Valenciana. | No. 7-1991 |
|---|------------|

Geografía del Turismo

Relaciones entre la implantación turística y el espacio agrario del litoral survalenciano.	No. 11-1993
Consideraciones sobre la reordenación y revitalización de núcleos turísticos.	No. 11-1993
Modalidades turísticas y tipologías de espacios turísticos.	No. 11-1993
Los impactos del turismo.	No. 11-1993
El Papel del geógrafo en la formación y planificación turística.	No. 11-1993
Turismo y desarrollo regional: El espacio del ecoturismo.	No. 11-1993

Indicadores económicos

Estadísticas de turismo en España. La implementación de estadísticas en las Comunidades Autónomas.	No. 6-1991
Recomendaciones básicas para la medición de los viajes y el turismo.	No. 6-1991
Comunicado de la Comunidad Valenciana al Foro de Estadísticas del Turismo.	No. 6-1991
Estadísticas del turismo en la Comunidad Autónoma Canaria.	No. 6-1991
Resoluciones de la Conferencia Internacional sobre Estadísticas de Viajes y Turismo de la O.M.T.	No. 6-1991
La información turística regional: Un análisis crítico aplicado al caso de la Comunidad Valenciana.	No. 8/9-1992
Influencia de las zonas turísticas y de la categoría de los establecimientos hoteleros en el grado de ocupación registrado en la Comunidad Valenciana.	No. 10-1992

Marketing

El marketing y las nuevas demandas turísticas.	No. 2-1990
Segmentación de mercados: La clave para el éxito en la promoción turística.	No. 3-1990
Posicionamiento estratégico y gestión de marcas turísticas.	No. 4-1990
El branding interactivo.	No. 5-1990

Medio Ambiente

Medio ambiente y nuevas demandas en el marketing turístico de la Comunidad Valenciana.	No. 2-1990
El medio ambiente en la planificación turística del litoral mediterráneo.	No. 1-1989
Turismo y medio ambiente: dos realidades sinérgicas.	No. 3-1990
¿Turismo de masas o turismo a medida? Límites económicos, ecológicos y psicológicos.	No. 4-1990
Evaluación del desarrollo turístico en la conservación de áreas protegidas.	No. 5-1991
El turismo y la protección de las áreas naturales.	No. 5-1991
La experiencia británica en la gestión del turismo en los parques naturales y otras áreas protegidas.	No. 5-1991
La gestión turística del Parque Nacional de Peak.	No. 5-1991
Las áreas naturales y el ecoturismo. Tendencias de gestión en Europa.	No. 5-1991
Política, desarrollo y parques naturales en Andalucía.	No. 5-1991
Diseño de los aspectos medioambientales del turismo.	No. 10-1992
La dimensión ambiental en la planificación turística. Una nueva cultura para el consumo turístico.	No. 10-1992

Nuevas Tecnologías

- Oferta turística y nuevas tecnologías. No. 3-1990
El efecto de la tecnología como ventaja competitiva. No. 4-1990

Planificación

- Turística valenciana '90. No. 6-1991
Plan de desarrollo turístico de una zona. No. 7-1991
Los recursos turísticos en un proceso de planificación: inventario y evaluación. No. 7-1991
Turismo y desarrollo: un planteamiento actual. No. 3-1990
La posición competitiva de las regiones turísticas mediterráneas españolas:
Posibilidades de la política turística. No. 8/9-1992

Producto

- Un sector problemático: El sector turístico. No. 3-1990
Turismo como sistema de servicios: Soportes físicos y estrategias. No. 6-1991

Recursos Humanos

- Perspectivas estratégicas en la gestión de recursos humanos. No. 8/9-1992

Sociología

- El turismo como hecho psicológico. No. 2-1990
Significado sociocultural y educacional del turismo de juventud. No. 8/9-1992

Turismo Rural

- Ciencia y tecnología: Variables que intervienen en la planificación del turismo rural. No. 1-1989
Turismo rural y marketing: Nuevas vías de trabajo. No. 1-1989

Visión Regional del Turismo

- Análisis de la situación del Turismo en Canarias. No. 8/9-1992
La actividad turística y su promoción desde la Comunidad Valenciana. No. 8/9-1992

Papers de Turisme

Normas de Colaboración

1. Los artículos deberán enviarse por duplicado a:

Papers de Turisme

Área de Estudios y Formación

Institut Turístic Valencià

Avda. Aragón, 30

46021 Valencia

Tel. 398 60 00

2. La extensión total de los trabajos será de entre 25 y 40 páginas (incluyendo tablas y gráficos), mecanografiadas a doble espacio (30 líneas, en folios de tamaño DIN A-4).

3. Al principio del artículo debe incluirse: el título, nombre, dirección y teléfono del autor, así como una referencia biográfica del autor o autores, con una extensión máxima de 10 líneas.

4. Se debe incluir asimismo un resumen de su contenido (no superior a 20 líneas) redactado en castellano e inglés.

5. Los artículos deberán, a ser posible presentarse en diskette, preferiblemente con formato WORD para DOS o WORD para WINDOWS.

6. Los originales deberán encontrarse inéditos y, en caso de comportar reproducción de textos ajenos, deberán contar con la pertinente autorización. Una vez aceptada por el Consejo de Redacción la publicación del original, este no podrá ser propuesto a otros editores sin el previo y expreso consentimiento de la Dirección de la Revista.

7. En las referencias bibliográficas deberán constar los datos del autor, título, editorial, lugar y año de publicación, número de edición y páginas que se citan. La forma de citar los trabajos será la siguiente:

– Libros:

Porter, M.E. (1990) *The Competitive Advantage of Nations*, The Free Press, New York

– Publicaciones periódicas:

Ritchie, J.R.B. (1992) “Claves para una enseñanza de calidad en materia de turismo”, *Papers de Turisme*, 1992 (8/9), pgs. 25-38

– La alusión en el texto a una referencia bibliográfica se hará mediante el apellido del autor seguido de la fecha de la obra aludida: Aguiló (1992), Morant (1992)

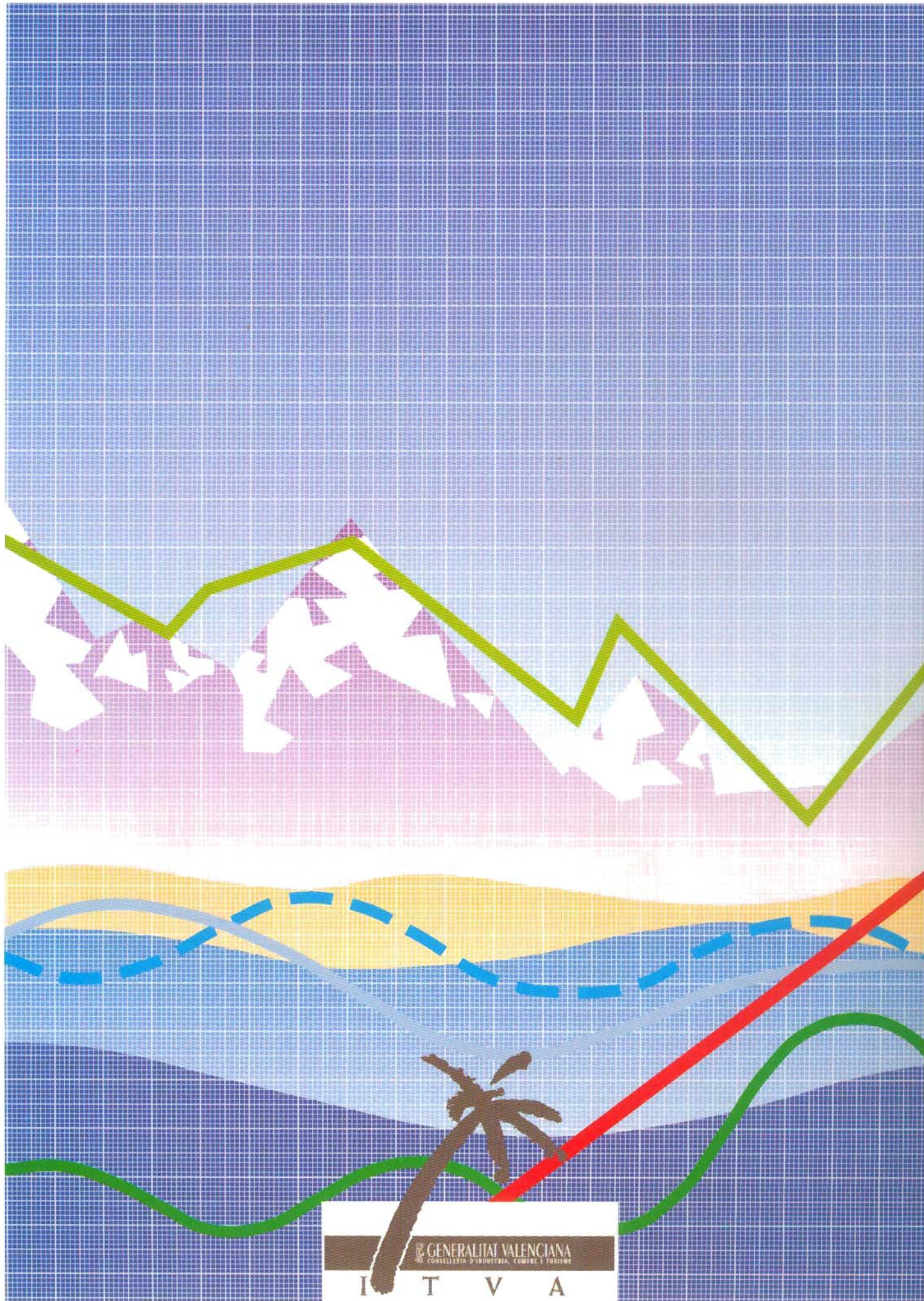
8. Las notas deberán aparecer al final del artículo e ir numeradas correlativamente. En el texto aparecerá el número correspondiente entre paréntesis.

9. Los términos y abreviaturas nuevos o extraños deben ser escritos con todas sus letras y definidos en el primer momento en el que se haga uso de ellos en el texto.

10. Todos los gráficos y tablas deben estar numerados y titulados y debe indicarse la fuente de procedencia. Se debe hacer mención al cuadro o tabla en el lugar que corresponda en el texto.

11. La Dirección de la Revista decidirá caso por caso la conveniencia de publicar los originales que se le presenten, atendiendo a las características formales y de contenido de estos y de los diferentes números de la revista, así como a razones de oportunidad.

12. Por razones operativas, las galeras o pruebas de imprenta no serán sometidas a sus autores para su corrección, salvo solicitud expresa del autor que deberá realizar las correcciones en un plazo máximo de 3 días, transcurridos los cuales, si no ha habido respuesta, se entenderá que no tienen ninguna observación que hacer y se considerará el texto como definitivo.



GENERALITAT VALENCIANA
CONSELLERIA D'INDUSTRIA, COMERC I TURISME

I T V A