

Reseñas de publicaciones

Marine Tourism. Development, Impacts and Management.

Orams Mark. Routledge: 1999.
ISBN 0-415-19572-1(hbk) - ISBN 0-415-13938 (pbk)

Raquel de la Cruz Modino
raquel_modino@yahoo.es

Introducción

No es ninguna novedad a comienzos del siglo XXI, hallar obras y trabajos que centren su atención en el mar y en los usos de los océanos. Y que, como tónica general, comiencen denunciando la situación de deterioro de aquellos. Es común igualmente, cuando nos referimos a la Naturaleza en general y a los ecosistemas marinos en particular, recurrir a la denuncia sobre una situación de agotamiento y crisis para justificar cualquier medida susceptible de ser adoptada sobre el uso de todo tipo de entes y “bienes” ubicados fuera del medio ambiente urbano. La protección y conservación de la naturaleza siempre son armas arrojadizas de gran calado sobre cuanto se quiera argumentar en torno a los usos de los océanos. No obstante, no vamos a discutir sobre la salud de estos últimos. Nuestra intención no es poner en duda que los humanos nos enfrentamos a un importante reto de gestión del planeta y sus recursos.

Siendo un hecho reconocido que los efectos sobre el medio ambiente nos afectan a todos, y que las posibles soluciones a los problemas surgidos necesitan del trabajo en común de agentes de diversa índole (pobla-

ción local, investigadores, instituciones, técnicos, Estado, Organizaciones Internacionales...), queremos llamar la atención sobre cierto tipo de trabajos que, partiendo de esa situación de crisis asumida, procesan un especial optimismo por las posibles soluciones que la ciencia, y desde la ciencia, se pueden aportar. Un inciso: tal vez “ciencia” no sea la palabra más adecuada que podemos emplear, sobre todo porque la intención de quien escribe es desarrollar una reseña sobre la obra de Mark Orams, no intentar abrir un debate de propio de la Filosofía de la Ciencia. Lo que vamos a criticar, más bien, es una lógica determinada desde la que sólo se considera posible mejorar las estrategias de uso del medio ambiente desde: a) el aprendizaje de los usuarios bajo el tutelaje de los “técnicos”, y b) el control (y vigilancia) sobre de mismos individuos por parte de instancias relacionadas siempre en último término con algún tipo de institución. Pues bien, esto es precisamente lo que hace el autor, declarado conservacionista y defensor de la teoría de GAIA, de la obra que aquí se reseña.

Marine Tourism no es únicamente un trabajo que analice determinados desarrollos turísticos. La obra de Mark Orams,

tampoco constituye en exclusiva un trabajo sobre la gestión de los recursos marinos. ¿Cuál es la propuesta del autor? Pues apostar por la implicación y formación de los turistas en el mantenimiento de las áreas protegidas. Algo que, para Orams, se puede llevar a cabo bajo la supervisión y planificación de científicos e instituciones.

A pesar de las objeciones, *Marine Tourism* representa una importante aportación a los estudiosos en turismo y en gestión de recursos, ya que nos invita a repensar los esquemas tradicionales de gestión de los recursos turísticos, sean éstos del tipo que sean, desde una novedosa perspectiva basada en:

a) Un enfoque holístico, en el que se aúnan metodologías y presupuestos de diferentes disciplinas (biología, sociología, psicología, economía...); ya que la gestión del turismo, a juicio del autor, requiere un acercamiento multidisciplinar.

b) El trabajo con y sobre los usuarios como forma de minimizar los impactos negativos del turismo. Esto es especialmente importante teniendo en cuenta que, en líneas generales, los esquemas de gestión de los recursos marinos se han diseñado tradicionalmente para manejar los elementos no humanos del ecosistema, no para gestionar a la gente ni sus actividades (Pascual Fernández, Frangoudes, Williams, 2005). El autor de esta obra no ofrece, en cambio, una amplia variedad de medidas de gestión de los usos del mar y de las costas basadas en: I) estrategias físicas de gestión (como las que implican el cierre de ciertas áreas a los turistas); II) estrategias que se apoyan en regulaciones (como la limitación de ciertos usos en un área concreta o la limitación en número de usuarios); y III) estrategias de gestión basadas en la implementación de las áreas y en la formación de los usuarios (como el desarrollo de circuitos guiados, centros de interpretación de la naturaleza...etc.) (Orams, 1999: 71-93).

Imágenes e impactos del turismo

Ante una propuesta tan interesante ¿qué es lo que puede echar de menos el lector de *Marine Tourism*? El autor de este trabajo afirma la necesidad de desarrollar medidas que dirijan el comportamiento de los turistas hacia actividades e usos más

sostenibles y no lesivos para el medio ambiente marino. Como algunos autores han establecido, entre ellos el propio Orams (1995), existen indicadores externos fácilmente detectables en los turistas que pueden ser designados para medir la efectividad de las estrategias de gestión, y que van desde la satisfacción (divertimiento) a la actitud, pasando por la educación y el aprendizaje, para culminar con el logro de un comportamiento determinado o un cambio en el estilo de vida del turista. Esta argumentación apela, consciente o inconscientemente, al sentido común del lector. Nadie se resistiría a creer, o tener fe al menos, en una propuesta tan interesante. Y pocos serán los lectores que se opongan a la consecución de mantenimiento y viabilidad de los ecosistemas a largo plazo. Lo que sucede es que Mark Orams se apoya en lo deseable para asegurar la viabilidad de su proyecto. Y basa la defensa del mismo en la asunción de una serie de características distintivas que, según él, poseen los turistas marinos, y que les permite trabajar activamente en el mantenimiento de la salud de los ecosistemas marinos. Para afirmar la factibilidad de su propuesta, el autor se apoya en una imagen del turista marino como aquel visitante supuesto por Smith y Eadington, el cual practica el turismo de una forma alternativa, consecuente con los valores naturales, sociales y comunitarios, que permite disfrutar positivamente tanto a anfitriones como a invitados, y hace que merezca la pena compartir experiencias (1994: 3). El turista que imagina y necesita Mark Orams puede que no sea más que una interpretación acomodada al análisis que él propone, o una construcción ideal, como ya han denunciado algunos autores (Miller, 1993: 184 - 190).

Realidad o fantasía anhelada, lo que parece claro es que el autor necesita ubicar en la base de su argumento un elemento que diferencie a los "turistas marinos" del resto. Y por ello, de los siete capítulos que componen el libro, los tres primeros están dedicados al análisis de los primeros, y de otros usuarios de las costas y del mar. En el fondo, el lector lo que halla es una descripción empeñada en marcar diferencias con el resto de los turistas y consumidores de recursos marinos.

A juicio del autor de *Marine Tourism*, el

turismo marino comparte rasgos, aunque siempre de diferente forma, con la amplia industria turística” (1999:8). Definir el turismo marino, como quiere hacer Mark Orams, de una manera distintiva y excluyente, es una tarea difícil. Máxime cuando, como muchos se empeñan en defender, es concebido como una forma de practicar turismo basada en el contacto con la naturaleza. Existen actividades que se apoyan claramente en la contemplación de ciertos elementos naturales, como el buceo o la observación de cetáceos marinos. Pero existen otras tantas actividades que realizan y constituyen el foco de atracción de los “turistas marinos” como las vinculadas a deportes náuticos (vela, surf, kayak...) que se basan en la realización misma de la actividad. Existen otras tantas como el turismo de cruceros, donde el mar simplemente es un condicionante debido al tipo de transporte que necesariamente tienen que emplear unos viajeros muy determinados. La pesca deportiva, la visita a acuarios y a museos de pesca... existe una amplia variedad de actividades que tienen el mar y las costas como área de desarrollo, o que basan su oferta en el disfrute directo o indirecto de elementos relacionados con el ecosistema marino y que pueden ser realizadas en tierra firme... es más, y que pueden ser realizadas en ámbitos urbanos incluso, ni siquiera en zonas costeras o litorales. El autor de *Marine Tourism* nos plantea estas dudas pero no entra a desentrañarlas, ni tiene en cuenta la cantidad de tipologías y categorizaciones desarrolladas en las últimas décadas, articuladas desde el análisis de la estructura espacial del desarrollo turístico (Barbaza, 1970; Peck y Lepie, 1977, 1992; Pierce, 1986) o centradas en las relaciones entre los visitantes y las áreas de destino (Cohen, 1972; Whabab, 1975; Smith, 1977), o desarrolladas a partir de las motivaciones que inducen al viaje (Cohen, 1979)... por ejemplo. Para Mark Orams, el turismo marino concentra cuantas actividades incluyan viajar a un lugar distinto de no residencia teniendo como objetivo el medio ambiente marino (1999:9). Turismo marino sería entonces la práctica de un buen número de actividades, de diversa índole, relacionadas con el medioambiente marino, cuando éstas son ejercidas por visitantes no residentes del área donde aque-

llas pueden tener lugar. En el acuario de una gran ciudad de la que no soy residente, quien escribe, ¿podría ser considerada un turista marino? Muy probablemente no según Mark Orams, quien pone como condición que el elemento de atracción básico, *el objetivo*, para este turista sea el medio ambiente marino. Entonces...? los millones y millones de turistas que llegan a un país como España con el para de residir temporalmente en sus costas, con el objetivo tumbarse en sus playas (que también forman parte ineludible del medioambiente marino) y bañarse en el mar, deberían ser considerados “turistas marinos” ya que cumplen con los presupuestos a partir de los cuales Orams define el turismo marino.

Lo cierto es que Mark Orams no entra a argumentar su propia definición y le dedica, como ya dijimos, un buen número de páginas a describir *la historia y el desarrollo del turismo marino* (Cap. II, pág. 8), y al análisis de las motivaciones y los anhelos de los turistas marinos (*Who are marine tourists?*, Cap III, pág.31).

La primera parte de las señaladas se refiere al desarrollo y a la proliferación de entretenimientos, tales como el buceo, abordando grosso modo algunos de los avances tecnológicos, infraestructurales y sociales, que han hecho posible esa multiplicación en la variedad de actividades que pueden ser llevadas a cabo en contextos costeros y litorales. La segunda parte (Cap. III) pretende ser un análisis sobre las motivaciones que impulsan a las personas a desplazarse a las costas. Según el autor, las motivaciones de estos turistas, que él pretende definir de una manera distintiva, son diferentes debido a que se hallan influidos por el medio en el cual sus actividades ocurren: el mar. De nuevo, la atracción ejercida por el medioambiente marino es el elemento clave para explicar el desarrollo de una forma diferente de practicar turismo. El propio Orams asume que descubrir las motivaciones que guían el comportamiento de la gente es extremadamente difícil, y que no hay una teoría o corpus teórico que explique porqué los humanos hacen lo que hacen. A pesar de todo le da vueltas una y otra vez a la asumida capacidad de atracción y al disfrute en contextos marinos. Es difícil hacer generalizaciones sobre las características de los turistas marinos, ya que en función

del tipo de actividades, existe un rango de edades y personas diversas representadas, pero a los turistas, según Orams, les iguala una serie de imágenes culturales que invitan a la relajación, al bienestar y a un largo repertorio de sentimientos, fantasías, sueños, expectativas.... Aprehendidos a lo largo de los años y constantemente evocados en la vida cotidiana. Particularmente, quien escribe estas líneas, comparte algunas de estas afirmaciones y encuentra sumamente interesante indagar en los motivos y las expectativas de los turistas (realicen estas las actividades que realicen). Pero no considera suficientemente justificadas las diferencias que Mark Orams se empeña en mantener entre los turistas que él define como turistas marinos y el resto. Interesante, pero confuso, es la definición de este capítulo.

¿Por qué le da tantas vueltas a lo mismo? Pues porque, no lo olvidemos, Orams parte desde la presentación de un esquema de gestión de ciertas actividades, asumido de antemano como bueno, deseable y exitoso. Y defiende la viabilidad del mismo apoyándose en que, frente a los esquemas tradicionalmente desarrollados para gestionar el turismo, éste funcionará gracias a ciertas características compartidas por sus receptores, que los hacen especialmente susceptibles de corresponder con agrado a cualquier tipo de planificación. La estrategia del autor se complementa con el intento de convencer al lector de la necesidad de regular los usos que se hacen de los océanos (Cap. IV y V). Un inciso, Mark Orams es un conservacionista declarado (1999: xiii), y como ideólogo, sus estrategias pasan por captar adeptos. *Marine Tourism* es un libro articulado para convencer al público de unos presupuestos determinados. Y la estructura del libro, aunque se presente en la forma de un razonamiento deductivo, es absolutamente inversa: Orams va escribiendo lo que necesita con el fin que sus conclusiones parezcan a los ojos del lector una necesidad lógica. Ya dijimos que la denuncia sobre la vasta variedad de efectos que el turismo (y cualquier otra forma de uso) provoca en los ecosistemas marinos puede resultar recurrente. No obstante, de ahí no se deriva que los métodos presentados por este autor sean más válidos que cualquier otro. *Marine Tourism* adolece de

una total ausencia de comprensión del sistema turístico (Santana Talavera, 1997) y de la actividad turística con todos sus elementos. Orams, como ya se ha indicado, está empeñado en defender un esquema concreto de gestión de uso del medioambiente, y es a partir de esta intención que va tomando los aspectos que le interesan del desarrollo de ciertas actividades en contextos costeros, para encajarlos como puede en su discurso. Un ejemplo, como podrá comprobar el lector, los estudios de caso recogidos en el libro corresponden a áreas localizadas dentro de unos circuitos consolidados de turismo y, generalmente, próximas o muy vinculadas al menos a países emisores de turistas (como Hawai para los EEUU, o Nueva Zelanda para Australia,...). Se echa en falta una comparación entre estudios de caso y, especialmente, ejemplos de zonas ricas en “recursos naturales marinos” pero alejados de dichos circuitos. Tendríamos que analizar si para todos estos casos las previsiones de desarrollo de turismo marino y los indicadores de crecimiento del mismo, defendidos por el autor, se cumplen, en proporción –además a las “bellezas” y a los elementos naturales existentes... siguiendo la lógica del autor.

Por su puesto, los turistas que se acercan a las costas y al mar con el objetivo de bucear, observar a los cetáceos, o practicar snorkelling, provocan efectos socioculturales, ambientales y socioeconómicos, como cualquier otro tipo de turistas. Pero no existe nada “esencial” en ellos que asegure el éxito de un esquema de gestión determinado. Los efectos del turismo son diversos y complejos, y no son fruto, ni mucho menos, de la mera acción de los visitantes en particular. La actividad turística, el turismo en general, se reduce para Mark Orams a lo que los turistas particulares hacen, al cómo y al por qué (qué motivos les impulsan a ello). Y de la misma forma su modelo conceptual para gestionar el turismo se reduce a establecer medidas en este sentido, centradas en las actividades de los turistas en los destinos, obviando la complejidad de la actividad turística. El autor de *Marine Tourism* tiene la idea de que un turista “educado” es un turista “sostenido”. Y que, mediante acciones que incidan en la satisfacción del mismo, se puede lograr que éstos respeten y acepten las medidas de ges-

tión desarrolladas al fin de proteger el medioambiente marino.

El futuro

Mucho podríamos hablar de turismo y de turistas. *Marine Tourism* es un libro que no puede dejar de leerse sin que al lector le asalten multitud de preguntas acerca de cómo entendemos estos nuevos "turismos" (no sólo el marino). Y, sobre todo, cómo podemos o estamos dispuestos a trabajar con ellos. Nadie duda que el turismo, desde hace décadas y hoy más que nunca, es considerado como un bien más de cuantos se pueden alcanzar. Se ha convertido en un hecho significativo en la vida de la gente, sobre todo de quienes viven en las grandes urbes industriales. Y provoca los mayores desplazamientos "voluntarios" de personas de la historia. Los visitantes, a pesar de pertenecer mayoritariamente a países de occidente u occidentalizados, representan una amalgama de valores, creencias y costumbres en movimiento por todo el mundo prácticamente; y constituyen un grupo altamente heterogéneo de consumidores de espacio, de imágenes, de experiencias, de representaciones culturales, de ocio... de cuantos objetos y expresiones puedan satisfacer sus deseos y expectativas. Todos ellos, sin excepción, provocan efectos sobre las áreas de destino, a nivel físico, socioeconómico y sociocultural. El interés por el estudio sobre los impactos del turismo ha crecido notablemente en las últimas décadas, centrando la atención de investigadores de todo tipo de disciplinas científicas (biólogos, economistas, sociólogos, antropólogos, geógrafos...). Dicho interés se ve reflejado en la profusión de publicaciones y estudios como éste. La naturaleza de los impactos del turismo sobre un contexto determinado con una características físicas, socioculturales y socioeconómicas dadas es el producto de la compleja interrelación de factores políticos y económicos, tanto de la geografía particular, del tamaño de la misma y las características recreacionales que atraen a los turistas o las posibilidades de empleo que la hacen foco de emigración o de inversión. No simplemente de las motivaciones y los objetivos de los turistas, porque los efectos del turismo no son resultado exclusivo de las acciones particulares de los visitantes.

Además, el turismo de una u otra forma siempre provoca efectos incluso antes de que los turistas se hallen físicamente en las áreas de destino, los cuales no tienen por qué ser completamente negativos o positivos. A tenor de estos efectos, a lo largo de las décadas las diferentes visiones y discursos sobre el medioambiente se han ido integrando en el sistema turístico. Una de sus más claras consecuencias ha sido la elaboración, como lleva a cabo Orams, de toda una serie de principios y prácticas que, al menos en teoría, deben guiar la actividad de los turistas y la de los planificadores del turismo con el fin de que ésta sea lo más inocua posible con respecto al ecosistema en el que se desarrolla. Y desde esta postura, cada poco tiempo, vamos cómo se promocionan y defienden nuevos productos definidos por las actividades específicas que pueden desarrollar los visitantes de un área, o por la caracterización espacial de las aquellas donde se llevan a cabo. Lo que algunos autores han denominado como "*turismos del futuro*" (Poon, 1994), o *turismos alternativos* o *blandos*, por oposición a las formas tradicionales de practicar turismo asociadas al comúnmente denominado *turismo de sol y playa*.

Ahora bien, no debemos olvidar que el turismo representa una respuesta al estrés y a la uniformidad de la vida cotidiana urbana, y que la actividad turística lleva aparejada un cambio de estilo de vida (aunque sea temporal). El turista que viaja bajo la etiqueta de aventurero, marino, elitista... es básicamente el mismo que va a la playa y toma el sol, sólo que, acorde con ciertos estándares de vida y en un contexto donde todo prácticamente todo puede ser vendido como producto turístico, demanda y dispone de nuevas actividades y centros de esparcimiento y recreación. Es aquí donde debemos situar el turismo alternativo, con subproductos como el turismo marino. Y comprender que el turismo, expresión de un mercado globalizado, es capaz de adaptarse al paso del tiempo y a las diversas formas de pensamiento y producción. Es modelable según las demandas y, a su vez, generador de esas "necesidades creadas" (Santana Talavera, 2002).

El desarrollo de esos "turismos", por otro lado, ha dotado a políticos, gestores, planificadores y empresariado, de una serie de

argumentos socialmente aceptados (y apoyados desde diversos referentes internacionales) para justificar la explotación turística de áreas y poblaciones que, hasta el momento, estaban al margen de la actividad. O bien, como hace Mark Orams, para justificar la intervención de un cierto grupo de investigadores y planificadores en la gestión de la experiencia turística y de las áreas donde éstas se van a desenvolver.

¿Cuál es la propuesta de trabajo de futuro de este autor? Pues la investigación. Orams considera que en su obra propone un buen número de estrategias de gestión, haciendo hincapié en el potencial de aquellas basadas en la educación. El problema es que sigue sin distinguir quién es quién dentro del sistema turístico, y por ello olvida que en la gestión de los elementos naturales presentes en los destinos deben intervenir tanto los turistas, como la empresa turística, numerosos los agentes locales, las instituciones promotoras de ciertas actividades en los destinos,... etc. Todos ellos, y no sólo el comportamiento y número de visitantes, juegan roles importantes si lo que se anhela es la conservación. De la misma manera, no sólo el papel de los investigadores marinos (que tienen un papel central y dominante en la gestión de los ecosistemas para Mark Orams) es crucial para asumir el reto de gestión al que se hacía referencia al comienzo.

Antropólogos, economistas, sociólogos y multitud de investigadores capaces de completar el complejo rompecabezas del turismo, que no se circunscribe a las áreas de destino, son esenciales a la hora de articular políticas de gestión de la actividad turística, y de los recursos y usos que aquellos ejercen, desde mucho antes de que se inicie el viaje (posiblemente cuando se están forjando las motivaciones de las que hablaba Orams), en el destino, y tiempo después, de regreso a sus áreas de origen.

Bibliografía

- Miller, M.L.
1993 The rise of Coastal and Marine Tourism. *Ocean & Coastal Management*. 20: 181 – 199
- Orams, Mark
1999 *Marine Tourism. Development, Impacts and Management*. London & New York Routledge
- Pascual Fernández, J.; Frangoudes, K., Williams, S.
2005 Local Institutions. En Kooiman, J., Bavinck, M., Jentof, S. and Pullin, R., Editors. *Fish for Life. Interactive Governance for Fisheries*. Amsterdam University Press, Amsterdam.
- Santana Talavera, Agustín
1997 *Antropología y Turismo. ¿Viejas bordas, nuevas culturas?* Ariel Antropología
- 2002 Desarrollos y conflictos entorno al turismo rural: claves y dilemas desde la antropología social. En Rield, M.; Almeida, A. & Balbosa Viana, A. (Eds), *Turismo Rural: tendências e sustentabilidade*. (Pp. 13 – 50) Santa Cruz do Sul (Brasil): Univ. Santa Cruz do Sul.
- Smith, . y Eadinton, W.
1994 *Tourism Alternatives*. Chichester: John Wiley & Sons.

Recibido: 21 de noviembre de 2005

Aceptado: 15 de diciembre de 2005