



VOLUMEN 12 | NÚMERO 4 | OCTUBRE 2014 | ISSN: 1695-7121

PASOS

Revista de Turismo
y Patrimonio Cultural

www.pasosonline.org

ULL

Universidad
de La Laguna
Instituto Universitario de Ciencias
Políticas y Sociales



COMITÉ EDITORIAL

Director: Agustín Santana Talavera

I.U. Ciencias Políticas y Sociales

Universidad de La Laguna (España)

E-mail: asantana@ull.es

Adjunto a dirección: Eduardo C. Cordeiro Gonçalves

ISMAI (Portugal)

E-mail: egoncalves@docentes.ismai.pt

Adjunto a dirección: Eduardo Parra López

I.U. Ciencias Políticas y Sociales

Universidad de La Laguna (España)

E-mail: eparra@ull.es

EDITORES TEMÁTICOS

Luisa Andreu Simó (Univ. de Valencia), España

Juan Aguirre (Univ. Latina-Heredia), Costa Rica

M^a Esther Chávez Álvarez (Univ. de La Laguna), España

Margarita Barreto (Univ. Federal de Santa Catarina), Brasil

Enrique Bigne (Univ. de Valencia), España

Maria Vittoria Calvi (Univ. de Milán), Italia

Sara Campo (Univ. Autónoma de Madrid), España

Pablo Díaz Rodríguez (Univ. Complutense de Madrid), España

Heredina Fernández Betancort (Univ. de Las Palmas de Gran Canaria), España

Esther Fernández de Paz (Univ. de Sevilla), España

José Antonio Fraiz (Univ. de Vigo), España

Nuria Gali (Univ. de Girona), España

Antonio García Sánchez (Univ. Politécnica de Cartagena), España

Antonio Guevara Plaza (Univ. de Málaga), España

Margaret Hart Robinson (Univ. de Las Palmas de Gran Canaria), España

Raúl Hernández Martín (Univ. de La Laguna), España

Carmelo León González (Univ. de Las Palmas de Gran Canaria), España

Sergio Moreno Gil (Univ. de Las Palmas de Gran Canaria), España

Maribel Osorio García (Univ. Autónoma del Estado de México), México

José J. Pascual Fernández (Univ. de La Laguna), España

Xerardo Pereiro Pérez (Univ. Trasa os Montes e Alto Douro), Portugal

Roque Pinto (Univ. Estadual de Santa Cruz), Brasil

Llorens Prats (Univ. de Barcelona), España

Emilio Romero Macías (Univ. de Huelva), España

José María Valcuende del Río (Univ. Pablo de Olavide), España

Fernando Vera Rebollo (Univ. de Alicante), España

José Antonio Donaire Benito (Univ. de Girona), España

Desiderio Gutiérrez Taño (Univ. de La Laguna), España

Gustavo Marín Guardado (CIESAS), México

Moisés Simancas Cruz (Univ. La Laguna), España

Carlos Alberto Steil (Univ. Federal do Rio Grande do Sul), Brasil

Raffaele Scuderi (Univ. de Bolzano), Italia

Secretaría: Alberto Jonay Rodríguez Darias

I.U. Ciencias Políticas y Sociales

Universidad de La Laguna (España)

E-mail: jonayalberto@gmail.com

CONSEJO CIENTÍFICO ASESOR

Alessandro Simonicca (Univ. "La Sapienza" di Roma), Italia

Álvaro López Gallero (Univ. de la República), Uruguay

Anya Diekmann (Univ. Libre de Bruxelles), Bélgica

Artur Cristovao (UTAD), Portugal

Aurora Pedro Bueno (UV), España

Juan Gabriel Brida (Univ. de Bolzano), Italia

Cebaldo de León Smith (UTAD), Portugal

Christou Evangelos (Aegen Univ.), Grecia

Dallen J. Timothy (Brigham Young Univ.), USA

Daniel Hiernaux (UAM), México

Davis Gruber Sansolo (Univ.), Brasil

Dimitrios Buhalis (Univ. of Bournemouth.), Reino Unido

Eduardo Payos Sola (Ulysses Foundation. UV), España

Elisabeth Kastenholz (Univ. de Aveiro), Portugal

Elizabeth Tamanini (Uniplac/SC), Brasil

Gemma McGrath (Univ. of the Arts London.), Reino Unido

Jafar Jafari (Univ. of Wisconsin at Stout, 'Menomonie), USA

Juan Agudo Torrico (US), España

Juan Ramón Oreja Rodríguez (ULL), España

Julia Fraga (CINVESTAV), México

Julia Sanmartín Sáez (UV), España

Julio Grande (Sepinum), España

Marcelino Sanchez (UCLM), España

María D. Álvarez (Bogazici University), Turquía

Marianna Sigalas (Aegen Univ.), Grecia

Michael Riley (Univ. of Surrey), Reino Unido

Noemi Rabassa (URV España), España

Raoul Bianchi (Univ. of East London), Reino Unido

Regina Schlüter (CIET), Argentina

Ratana Chuenpagdee (Memorial University of Newfoundland), Canada

René Baretje-Keller (CIRET), Francia

Ricardo Diaz Armas (ULL), España

Richard W. Butler (Univ. of Strathclyde), Escocia

Rosana Guevara Ramos (UAM), México

Svein Jentoft (University of Tromsø), Norway

Thomas George Baum (Univ. of Strathclyde), Escocia

Vicente Monfort Mir (UJI), España

Edición digital: Varadero Informática

PASOS. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural
PASOS. Journal of Tourism and Cultural Heritage
(An external peer review and open access journal)

Bases de datos / Databases:

La revista se encuentra indexada en In-Recs y MIAR, e incluida, entre otras, en las bases de datos: Redalyc (repositorio completo y descarga directa. Impacto 2005-2009 0,170); DOAJ (repositorio completo y descarga directa); Latindex; CAB Abstracts; E-Revistas; Dialnet; COPAC; SUDOC; ISOC; DICE; CIRET; Altis Intute: social sciences; EBSCO Publishing. Para su inclusión ha sido necesario cumplir con los requisitos de evaluación de cada uno de ellas. En 2014 se le ha concedido el sello de Calidad de Revistas Científicas FECYT



Edita / Publisher:

Instituto Universitario de Ciencias Políticas y Sociales
Universidad de La Laguna (Tenerife, España)

Centro de Estudos de Desenvolvimento Turístico
Instituto Universitário da Maia – ISMAI (Maia, Portugal)

Periodicidad / Publication:

Cuatrimestral / Three times annually

Imprimir / Print:

Clásica

Número de ejemplares / Copies: 100

ISSN 1695-7121

D. L. TF 2059-2002

Octubre 2014. Volumen 12 – Número 4

Correo electrónico / E-mail:
info@pasosonline.org

Correo Postal / Address:
P.O. Box 33
38360 El Sauzal (Tenerife)
España

PASOS. REVISTA DE TURISMO Y PATRIMONIO CULTURAL

GUÍA DE ESTILO PARA AUTORES

Revista indexada en: DOAJ; Latindex; ISOC; Redalyc; DICE; E-Revistas; CAB-Abstract

PASOS. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural es una publicación en web que se especializa en el análisis académico y empresarial de los distintos procesos que se desarrollan en el sistema turístico, con especial interés a los usos de la cultura, la naturaleza y el territorio, la gente, los pueblos y sus espacios, el patrimonio integral. Desde una perspectiva inter y transdisciplinaria solicita y alienta escritos venidos desde las ciencias y la práctica administrativo-empresarial. Su objetivo es cumplir con el papel de foro de exposición y discusión de metodologías y teorías, además de la divulgación de estudios y experiencias. Pretende contribuir a otros esfuerzos encaminados a entender el turismo y progresar en las diversas formas de prevención de efectos no deseados, pero también perfeccionar la manera en que el turismo sirva de complemento a la mejora y desarrollo de la calidad de vida de los residentes en las áreas de destino.

PERIODICIDAD (números de carácter ordinario): ENERO; ABRIL; OCTUBRE

Para simplificar el proceso de revisión y publicación se pide a los colaboradores que se ajusten estrictamente a las normas editoriales que a continuación se indican.

Entrega de originales: Los trabajos deberán ser incorporados a la plataforma de gestión de la revista, previo registro del autor principal, en www.pasosonline.org/ojs

Metadatos: Deben incorporarse todos los metadatos solicitados en el registro del trabajo incorporado, incluyendo los datos referentes a los autores y en el apartado Resumen el realizado en el idioma original y, seguido, en inglés.

TEXTO A INCORPORAR

Formato de archivo: El archivo a incorporar deberá estar en formato MSWord (*.doc; *.docx) o OpenOffice Writer (*.odt)

Idioma: Los trabajos serán publicados en el idioma en el que sean entregados (español, portugués, inglés o francés).

Márgenes: Tres centímetros en todos los lados de la página.

Tipografía: Se utilizará en el texto la letra Times New Roman o Arial, tamaño 10, o similar. En las notas se utilizará el mismo tipo de letra a tamaño 9. No utilizar diversidad de fuentes ni de tamaños. Si se desea destacar alguna palabra o párrafo dentro del texto utilizar la misma fuente en cursiva.

Notas: Siempre serán situadas al final, utilizando el mismo tipo de letra que en el texto (Times New Roman o Arial) a tamaño 9

Título: El trabajo debe ir encabezado por su título en minúsculas y negrita. Bajo él se insertará el título en inglés. Es aconsejable que el título no supere en ningún caso los 100 caracteres (incluyendo espacios).

Resumen: Se debe insertar un resumen del artículo (120 – 150 palabras) en el idioma en que está escrito y su traducción al inglés. Para los artículos escritos en inglés se aportará su traducción al español.

Palabras clave: Se indicarán 5 – 7 palabras clave sobre el tema principal y su correspondiente traducción a inglés.

Texto: El texto debe ser escrito a 1,5 de espaciado y con una extensión de 5.000 a 9.000 palabras para artículos y de 3.000 a 5.000 tanto para opiniones y ensayos como para notas de investigación, incluyendo Título (y su traducción a inglés), Resumen (y su traducción a inglés), Palabras clave (y su

traducción a inglés), Introducción, los apartados que se estimen oportunos, Conclusión, Agradecimientos (si fuera pertinente) y Bibliografía.

Cuadros, Gráficos e Imágenes: Los artículos pueden incluir cualquier grafismo que se estime necesario. Deberán estar referidos en el texto y/o situados convenientemente y acompañados por un pie que los identifique. Pueden utilizarse colores, pero ha de tenerse en consideración la posibilidad de una publicación en soporte papel en blanco y negro.

Abreviaturas y acrónimos: Deberán ser bien deletreados y claramente definidos en su primer uso en el texto.

Citas y Bibliografía: En el texto las referencias bibliográficas harán referencia al autor y el año de publicación de la obra citada. Por ejemplo: (Smith, 2001) o (Nash, 1990; Smith, 2001). Cuando se considere necesaria una cita más precisa se indicará el número de página (Smith, 2001: 34). La lista bibliográfica al final del texto seguirá el orden alfabético de autores, siguiendo el formato:

Smith, Valene L. y Brent, Maryann

2001 "Introduction to Hosts and guests revisited: Tourism issues of the 21st century". En Smith, Valene L. y Brent, Maryann (Eds.), Hosts and guests revisited: Tourism issues of the 21st century (pp. 1-14). New York: Cognizant Communication.

Smith, Valene L.
1998 "War and tourism. An American Ethnography". Annals of Tourism Research, 25(1): 202-227.

Urry, J.

1990 The tourist gaze. Leisure and travel in contemporary societies. London: Sage.

Para otro tipo de publicaciones se hará constar siempre autor, año, título y lugar de celebración o publicación y un estándar para documentos electrónicos, indicando dirección y fecha de acceso.

Originalidad: Se requiere el compromiso de los autores tanto de la originalidad de su trabajo como de no remitir su texto simultáneamente a otros medios para su publicación.

Derechos de autor y Responsabilidad: Es importante leer la sección "Declaración Ética" en el sitio web de la revista. Los autores serán los únicos responsables de las afirmaciones y declaraciones realizadas en su texto. El equipo editorial de PASOS se reserva el derecho de utilizar en ediciones compilatorias sucesivas los artículos editados. Los textos son publicados bajo licencia Creative Commons, por lo que podrán ser reproducidos como archivo pdf sin alteraciones, íntegramente y citando la fuente PASOS Revista de Turismo y Patrimonio Cultural (www.pasosonline.org). La integración en publicaciones que impliquen la alteración del archivo original requerirán de permiso expreso del autor o autores y del Comité Editorial de PASOS.

Una vez comunicada la ACEPTACIÓN del texto para su publicación, los autores deben cumplimentar el formulario disponible en la sección "Declaración de derechos" y remitirlo al correo electrónico de la revista.

Proceso de revisión: Es importante leer la sección "Proceso de revisión" en el sitio web de la revista. Todos los trabajos serán sometidos a evaluación por pares anónimos externos a la revista. Se notificará a los autores el resultado de la revisión realizada mediante correo electrónico con una ficha resumen del arbitrio.

© PASOS. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural. D.L. TF-2059/2002 ISSN 1695-7121

Revista cuatrimestral gratuita de distribución en web

<http://www.pasosonline.org> E-mail: info@pasosonline.org

PASOS. REVISTA DE TURISMO Y PATRIMONIO CULTURAL

GUÍA DE ESTILO PARA AUTORES

Revista indexada en: DOAJ; Latindex; ISOC; Redalyc; DICE; E-Revistas; CAB-Abstract

PASOS. Revista de Turismo e Patrimônio Cultural é uma publicação web especializada na análise acadêmica e empresarial dos distintos processos que se desenvolvem no sistema turístico, com especial incidência nos usos da cultura, da natureza e do território, nas gentes, nos povos e nos seus espaços, no patrimônio integral. A partir de uma perspectiva inter e transdisciplinar solicita e encoraja escritos provenientes desde as ciências sociais à prática administrativa empresarial. Tem como escopo cumprir o papel de foro de exposição e discussão de metodologias e teorias, além da divulgação de estudos e experiências. Pretende ainda contribuir para a compreensão do turismo e o progresso das diversas formas de prevenção de impactos não desejados, mas também contribuir para que o turismo sirva de complemento à melhoria e desenvolvimento da qualidade de vida dos residentes nas áreas de destino.

Periodicidade de números ordinários: Janeiro; Abril; Outubro

Para simplificar o processo e revisão de publicação pede-se aos colaboradores que se ajustem estritamente às normas editoriais que a seguir se indicam.

Metadados: Devem ser indicados todos os metadados solicitados no registo do trabalho incorporado, incluindo os dados referentes aos autores e, em separado, o resumo no idioma original seguido de uma versão em inglês.

TEXTO A INCORPORAR

Formato do arquivo: O arquivo a incorporar deverá estar em formato MSWord (*.doc; *.docx) ou OpenOffice Writer (*.odt)

Idioma: Os trabalhos serão publicados no idioma em que sejam entregues (espanhol, português, inglês ou francês).

Margens: Três centímetros em todos os lados da página.

Grafia: Deverá utilizar no texto a letra Times New Roman ou *Arial*, tamanho 10, ou similar. Nas notas utiliza-se o mesmo tipo de letra em tamanho 9. Não utilizar diversidade de fontes nem de tamanhos. Se desejar destacar alguma palavra ou parágrafo dentro do texto deve utilizar a mesma fonte em cursiva.

Notas: Serão sempre colocadas no final, utilizando o mesmo tipo de letra do texto (Times New Roman ou *Arial*) tamanho 9.

Título: O trabalho deve ser encabeçado pelo seu título em minúsculas e bold.

Não devem incluir-se no documento dados do autor. Por baixo deve ser inscrito o título em inglês. É aconselhável que o título não ultrapasse os 100 caracteres (incluindo espaços)

Resumo: Deve constar um resumo do artigo (120 a 150 palavras) no idioma em que está escrito e a sua tradução em inglês. Para os artigos escritos em inglês deve incluir-se a sua tradução em espanhol.

Palavras-chave: Incluem-se 5-7 palavras-chave sobre o tema principal e a sua correspondente tradução para inglês.

Texto: Este deve apresentar o espaçamento de 1,5 ter uma extensão de cerca de 5 000 a 9 000 palavras para artigos e 3 000 a 5 000, tanto para opiniões e ensaios como para notas de investigação, incluindo título (e a sua correspondente tradução para inglês), Palavras-chave (e a sua correspondente tradução para inglês), Introdução, as notas que se entendam oportunas, Conclusão, Agradecimentos (se se justificarem) e Bibliografia.

Quadros, gráficos e imagens: Os artigos podem incluir qualquer grafismo que se ache necessário. Deverão estar referenciados com o número correspondente no texto e acompanhados por um título que os identifique. Podem utilizar-se cores; porém, a considerar-se a possibilidade de uma publicação em suporte de papel serão usadas apenas a preto e branco.

Abreviaturas e acrónimos: Deverão ser bem definidos na primeira vez que forem usados no texto.

Citações e bibliografia: No texto as referências bibliográficas terão que reportar o autor e o ano da publicação da obra citada. Por exemplo: (Smith, 2001) ou (Nash, 1990; Smith, 2001). Quando se considere necessário uma referência mais precisa deve incluir-se o número da página (Smith, 2001: 34). O aparato bibliográfico do final do texto surge consoante a ordem alfabética dos autores, respeitando o seguinte formato:

Smith, Valene L. y Brent, Maryann

2001 "Introduction to Host and guest revisited: Tourism issues of the 21st century". En Smith, Valene L. y Brent, Maryann (Eds.), Host and guest revisited: Tourism issues of the 21st century (pp.-14). New York: Cognizant Communication.

Smith, Valene L.

1998 "War and tourism. An American Ethnography". *Annals of Tourism Research*, 25(1): 2002-227.

Urry, J.

1990 *The tourist gaze. Leisure and travel in contemporary societies*. London: Sage.

Para outro tipo de publicação terá que ser sempre referenciado o autor, ano, título e lugar do evento ou publicação e um standard para documentos electrónicos, indicando endereço e data de acesso.

Originalidade: Requere-se o compromisso, tanto da originalidade do trabalho, como o de o texto não ter sido remetido simultaneamente para outros suportes para publicação.

Direitos e Responsabilidade: É importante ler a secção "Declaração Ética" no sítio da web da revista. Os autores serão os únicos responsáveis pelas afirmações e declarações proferidas no seu texto. À equipa editorial da PASOS reserva-se o direito de utilizar em edições compilatórias sucessivas os artigos editados. Os textos são publicado ao abrigo da licença Creative Commons, pelo que poderão ser reproduzidos como arquivo pdf sem alterações, integralmente e citando a fonte PASOS Revista de Turismo e Patrimônio Cultural (www.pasosonline.org). A integração em publicações que implique a alteração do arquivo original requererão a autorização expressa do autor e da Comissão Editorial PASOS.

Uma vez comunicada a ACEITAÇÃO do texto para publicação, os autores devem completar o formulário disponível na secção "Declaração de direitos" e remetê-lo pelo correio electrónico da revista.

Processo de revisão: É importante ler a secção "Processo de revisão" no sítio web da revista. Todos os trabalhos serão submetidos e avaliados por pares anónimos externos à revista. Os autores serão notificados dos resultados da revisão realizada mediante uma ficha- resumo da arbitragem.

Índice

Artículos

Eduardo Fayos-Solá Cipriano Marín Jafar Jafari	Astrotourism: No Requiem for Meaningful Travel	663
Cristiane Nascimento Brandão José Carlos Barbieri Edgar Reyes Junior Cristina de Moura João	Análise da produção científica internacional sobre turismo indígena de 1990 a 2013: um estudo bibliométrico e proposição de uma agenda de pesquisa	673
María de la Cruz Pulido- -Fernández Juan Ignacio Pulido-Fernández	¿Existe gobernanza en la actual gestión de los destinos turísticos? Estudio de casos	685
Beatriz Santamarina Campos	La Ciudad suplantada. Percepciones sobre los nuevos imaginarios (turísticos) de la ciudad de Valencia	707
Xose Santos Laura Pena Cabrera	Management of Tourist Flows. The Cathedral of Santiago de Compostela	719
Rodrigo Meira Martoni Marcos Aurelio Tarlombani da Silveira	Perspectives analytiques à considérer à propos du rôle de l'Etat dans le tourisme	737
Natanael Reis Bomfim	A Territorialidade junto aos turistas jovens: uma contribuição do turismo à educação	749
Cláudia Ribeiro de Almeida Carlos Costa	A operação das companhias aéreas nos aeroportos hub & spoke e nas bases operacionais	765
María José Alonsoperez Wiston Adrián Risso	Una aproximación al PIB turístico departamental de Uruguay en 2010	777
Takeshy Tachizawa Hamilton Pozo	Modelo de planejamento socioambiental alicerçado em base de dados de indicadores de sustentabilidade no contexto do desenvolvimento local	791
Gregorio Escalera Izquierdo Amelia Pérez Zabaleta Luis Vicente Vizcaíno Pérez	Modelización de consumos de agua y energía en hoteles de sol y playa	807
Cristina Cruces Roldán	El flamenco como constructo patrimonial. Representaciones sociales y aproximaciones metodológicas.	819
Blanca Flor Herrero Morán	El patrimonio etnográfico y el sujeto artístico	837

Lourdes Royo Naranjo Alberto E. García Moreno	Turismo en la Costa del Sol. Un patrimonio en revisión	847
Oscar Basulto Gallegos Pilar Taboada-de- Zúñiga R.	Relevancia de las NTIC'S en el turismo cultural/ museos. Perspectiva hermenéutica en el mundo contemporáneo.	859
Rita L. Michelin Paulo Roberto Teixeira Nândri Cândida Strassburger	Roteiro Caminhos de Pedra - Bento Gonçalves – Rio Grande do Sul: uma reflexão sobre o número de visitantes no período de 1997 a 2011	875
Antonio Benavides Rosales	Sistemas de conocimiento Mayas y turismo Premium en la Península de Yucatán	885
José Ramón Cardona Antoni Serra Cantallops	Historia del turismo en Ibiza: Aplicación del Ciclo de Vida del Destino Turístico en un destino maduro del Mediterráneo	899

Nota de investigación

Hassan Aboutayeb	La réserve de biosphère de l'arganeraie: un nouvel Eco-territoire touristique au sud du Maroc	915
------------------	--	-----

Reseña de publicaciones

Maximiliano E Korstanje	<i>Writing the Dark Side of travel</i> Jonathan Skinner (Ed.), New York: Berghan Books (2012)	923
Bruno Arteaga Robinson	<i>El Último Tren (Corazón de Fuego): patrimonio cultural y globalización</i> Diego Arsuaga, Acuarela de Joseph Mallord William Turner (1884)	927

Astrotourism: No Requiem for Meaningful Travel

Eduardo Fayos-Solá*

Ulysses Foundation

Cipriano Marín**

Starlight Initiative

Jafar Jafari***

The Tourism Intelligence Forum

Abstract: Astrotourism is an activity of travelers wishing to use the natural resource of well-kept night-scapes for astronomy-related leisure and knowledge. This practice has increased in popularity during the past few years, adding value to offbeat tourism destinations offering high quality night skies and astronomical or archaeoastronomical heritage. Astrotourism initiatives contribute to the dissemination of knowledge and human capital formation, both among the visitors and within the host community. Therefore, it can act as a potential instrument for development. The best destinations for astrotourism have very special characteristics, which makes for a likely favorable strategic positioning in domestic and even international markets. However, astrotourism consumers demand high knowledge content and excellent quality in their visits. This requires a professional approach to resource use and conservation, product development, and adequate provision of ancillary services in the destination. A sophisticated tourism policy and governance is a must for successful launch and operation of astrotourism.

Keywords: Astrotourism, scientific tourism, human capital, natural and cultural heritage, tourism policy, governance.

Astroturismo: No réquiem por un turismo con significado

Resumen: El astroturismo, entendido como actividad lúdico-científica, ha crecido considerablemente en los últimos años. Se han puesto en valor importantes recursos naturales y culturales vinculados a la buena conservación de paisajes y patrimonios en el ámbito de la astronomía. Su práctica contribuye a la diseminación científica y la formación de capital humano, tanto entre los turistas usuarios como en las comunidades anfitrionas, por lo que puede contribuir al desarrollo. Los destinos turísticos con posibilidades para su articulación tienen características singulares, lo que permite un buen posicionamiento en los mercados, incluso a nivel internacional. Sin embargo, las exigencias de contenido en conocimiento y de calidad de los productos de astroturismo son altas, por lo que es recomendable un planteamiento profesional de esta actividad, valorando adecuadamente la estructura de factores, productos y servicios soporte del destino turístico considerado, y las medidas de política turística y gobernanza necesarias para su buen lanzamiento y desarrollo.

Palabras Clave: Astroturismo, turismo científico, capital humano, patrimonio cultural y natural, política turística, gobernanza.

* Ulysses Foundation; E-mail: president@ulyssesfoundation.org

** Starlight Initiative, E-mail: c.marin@unescoan.org

*** The Tourism Intelligence Forum, E-mail: jafari@thetourismforum.com

1. Introduction

Even as the primogenial mass travel paradigm shows resilience, and renewed impetus, new kinds of tourism have emerged since the start of the 21st century. More educated and seasoned travelers are demanding knowledge-rich experiences, and the industry perceives the need for specialization as an element of competitiveness. There is also a heightened feeling for community participation, and tourism may be at the dawn of an era of greater rationality and real contribution to the needs of human development. Hence, in this context and in the face of growing competition among destinations, the archetypical foundation resources for tourism, natural and cultural factors, are subject to increasing pressure to offer meaningful experiences. All in all, two key human urges must be properly addressed in destinations: the life drive, *eros*, including the appetite for content, enjoyment, sharing, and satisfaction, and the knowledge drive, *epistemophilia*, including the compulsion for information, education, understanding and new solutions to deep existential questions. Different emphases on these two different urges/drives mark the distinction between “traditional/mass” (psychocentric) tourists and new “voyageur/explorer” (allocentric) tourists (Plog, 1974; Litvin, 2006; Valsiner, 2013: 5-6) as well as amidst the corresponding destinations of choice.

In this framework, the concept of astrotourism is acquiring new meanings and insights (Jafari, 2007), from the original significance of “leisure activities of travelers paying to fly into space for recreation”, to “tourism using the natural resource of unpolluted night skies, and appropriate scientific knowledge for astronomical, cultural or environmental activities” (Fayos-Solà and Marín, 2009:5). The StarLight Declaration states that “[astrotourism]... opens up unsuspected possibilities for cooperation among tourism stakeholders, local communities, and scientific institutions” (Jafari, Fayos-Solà, and Marín (2007:4). In a broad sense, astrotourism now focuses on travelling for the purpose of astronomy related purposes or simply doing amateur astronomy activities during the journeys. Additionally, some cultural resources, including archaeological sites at Stonehenge, Chichen Itzá, Giza, Chankillo, Mesa Verde, Persepolis, Almendres, Gochang or Chaco Canyon, have also proven to have an astrotourism potential, enabling the development of *archaeoastronomy* experiences for the general public, as well as offering research opportunities for specialists (Fayos-Solà, Marín, and Rashidi, 2014). Similar arguments can be made for other scientific resources of physics and astrophysics, including observatories, laboratories, advanced technology installations and science museums, as well as

even for knowledge itself (Burtnyk, 2000; Marin, Wainscoat, and Fayos-Solà, 2010; Fayos-Solà and Jafari, 2010; Weaver, 2011; Kossack, 2013).

This evolution of astrotourism is of special relevance at a time when the dissemination of science and scientific ethics and methodology may be the key to prosperity and the wellbeing of contemporary societies (UNESCO, 1999, 2002; ESC, 2013; European Commission, 2014), as well as the way to avoid or mitigate the effects of climate change and other human- and nature-caused disasters (Bunde, Kropp, and Schellnhuber, 2002; Smolin, 2013: 217-30). It can be argued that tourism has often internalized 19th century thinking, in adopting a rather arbitrary separation between “nature” and “human-made” experiences. Some types of tourism would hence be based on natural resources, while others are artificial constructs. Similarly, there would be poorly designed destinations and products, causing profound negative impacts on natural environments (as well as on sociocultural systems), while other destinations and experiences would belong in a “sustainable tourism” category, minimizing adverse effects.

Figure 1



© Antonio González Hernández.

But the distinction between a supposedly pristine natural world and the sphere of human activities has ceased to be useful, both in society at large and in tourism. It is high time to recognize that all of

mankind's activities, tourism included, take place in the midst of nature, and do impact on natural resources and ecosystems. The question is whether tourism can contribute both to the long-term equilibrium of these ecosystems and simultaneously to community development, and how this process can be guided with proper mobilization of institutions, policies, and human capital.

It is at this point when the concept and practice of astrotourism can become extremely relevant. Astrotourism is probably one of the most effective ways to bring tourism and tourists closer to nature for a comprehension of the physical world systems and dynamics. It serves both the purpose of meaningful tourism (contributing to the dissemination of scientific values and human capital formation) and to the conservation of essential resources, such as unpolluted nightscapes, as well as to host communities' appreciation of conservation policies (institutional capital development). Astrotourism can hence become a key constituent of tourism as an instrument for development (Fayos-Solá, Alvarez, and Cooper, 2014).

2. New resources and meanings

Astrotourism epitomizes the tendencies towards more meaningful tourism experiences, based on conservation of natural resources, knowledge, and science, potentially enriching the traveler and the host communities. In the recent years, astrotourism has gained its pace in the list of tourism motivations and thus it should not be taken lightly. However, its progress will continue to depend on its professional integration into advanced destination management and governance systems.

Figure 2



© Richard Wainscoat.

From a demand perspective, astrotourism clienteles are quite varied, ranging from the general public to amateur and even professional astronomers. Of course this ample spectrum of customers requires competent provisions from both destinations and entrepreneurial initiatives. In parallel, the scientific community has also been interested in astrotourism, as a way to appeal to young scientists and amateurs, a means to disseminate knowledge, and a vehicle to engage the understanding and approval of taxpayers, donors, and investors. In a historical perspective, amateur astronomy has its origins in the late 19th century, at a time when increased professionalization of astronomers required a differentiation of practitioners' types, while "hard core" astronomy could still continue to benefit from non-professional contributors widespread around the globe. Actually, amateurs and "astronomical societies" have pre-dated the concept and practice of astrotourism, and greatly assisted in its recent consolidation. The popularity of amateur astronomy and increasingly affordable equipment provide a best case and scenario for the dissemination of scientific ethic and method beyond the laboratory or observatory walls (Kannappan, 2001). Interest in astronomy increased with the success of sci-fi literature (from Jules Verne and H.G. Wells onwards), the popular appeal of scientific pioneers, such as Percival Lowell, and then with the rapid advances of space exploration technology from the 1950s. It reached a high with the first human space flights in the 1960s, culminating with the successful landing on the moon in 1969. Then, as the rationalist values and scientific progress vision of the post-war era began to vanish in US society by the 1970s, so did passion for the space program in general and space exploration in particular. Astrotourism had to wait for a new generation of citizens, concerned with the great dilemmas of the 21st century, and interested afresh in scientific answers to progress and development.

Additionally, when adopting a supply viewpoint, not all locations are apt to become a player in astrotourism's growing offer, similar to other natural resource-based tourism destinations and experiences. The main resource for astrotourism is a high quality night sky, but this is very sensitive to atmospheric conditions and light pollution. Atmospheric conditions are not controllable, and depend on the site chosen and weather development during the night. The astronomical term "seeing" refers to absence of turbulence. Good seeing, with little or no blurring and twinkling of astronomical objects, means that a magnification of 400-500x will be possible with a good 10 inch (25 cm) aperture telescope. "Extinction" (lack of air "transparency") refers to other causes of light degradation when

passing through the atmosphere and colliding with atoms, molecules, droplets of water, dust, and more. It is hence clear that astrotourism locations with best “seeing” and “transparency” are to be preferred, which constitutes a primary filter for potential sites. This is an advantage for locations with unpolluted and diaphanous night skies, having specific resource, service, and product offerings. These include national/regional parks, unique astronomical or archaeoastronomical sites and events, as well as astronomical observatories. As it turns out, many of these astrotourism potential sites of excellence are at high elevation, away from sources of atmospheric contamination, and in rather dry areas. This often puts them geographically apart from traditional destinations, and provides unheard-of opportunities for out-of-the-beaten-track host communities.

However, availability of primary resources does not imply that the tourism activity will be successful. It has been shown (Fayos-Solà, and Alvarez, 2014) that measures must be taken to preserve the resources from undesirable impacts affecting sustainability, as well as ensuring that additional supporting services contribute to the tourism products’ marketability, competitiveness, and improvement of community development in the destination. In this context, light pollution is perhaps the main impediment when considering resource conservation policies at an astrotourism site.

As already discussed, astrotourism entails stargazing locations, and often heritage sites, observatories, or natural dark-sky areas of outstanding beauty. The common condition is to have a clear dark sky to see astronomical objects. However, dark skies are becoming a scarce resource as light pollution increases. Humankind has for millennia admired the spectacle of the night skies, speculated, dreamed, and on occasion built scientific theories and actual practice such as agriculture on these theories. Yet, today, for the first time in human history, a majority of celestial objects can no longer be seen from cities and wide surrounding areas. Up to the 1970s, many major cities in Europe, North America, and the rest of the globe had an observatory. These observatories conducted research on various scales, but were in general also open regularly for visits, thus actively engaging the public. Good examples, still existing, of these historical astronomic sites in urban areas are the Royal Observatory in Greenwich (UK), and the Griffith and Lowell Observatories (USA) among many other. However, this practice has ended in most sites, partly because of lesser interest from the public, but mainly due to increased light pollution in and around urban locations (Spennemann, 2008).

Nowadays, countries such as Chile, South Africa, Portugal, Canada, Namibia, New Zealand, Spain,

and the United States, as well as specific regions like La Palma, Alqueva, Baja California, La Serena, Antofagasta, Tekapo, Western Australia or Hawaii, have invested in protected “StarLight” and “Dark Sky” areas, often through astronomical associations and astrotourism startups (Rashidi, 2012; Collison and Kevin, 2013; Fayos-Solà et al. 2015). Light pollution in cities has essentially given rise to the modern phenomenon of astrotourism. In order to experience the night sky and to be able to see the fainter celestial objects, the vast majority of urbanized people in developed countries have to travel to locations sufficiently far away from the built-up areas.

All in all, harnessing this resource depends on the ability to abate light pollution. The combination of increased awareness of the need to minimize impacts of light pollution, a growing urgency to promote energy efficiency, and a better appreciation by tourists and residents of the associated benefits, are premises for the development of astrotourism destinations. Reducing light pollution and adopting intelligent lighting options are not only *sine-qua-non* conditions to recover the starry sky dimension as a landscape for tourism; they also suppose a smart choice, bringing energy savings, improved health, and other social and economic benefits.

Nevertheless, a cloudless, transparent, “good seeing”, and light pollution free night sky is but the main resource of astrotourism. Astronomical heritage—including both cultural heritage and cultural landscapes relating to the sky—is another, and it must be recognized as a vital component of heritage in general, as well as an important resource for astrotourism and archaeoastrotourism. For societies in the past, the nightscape was a prominent and immutable part of the observed surroundings, its repeated cycles helping to regulate human activity as people strove to make sense of their world and keep their actions in harmony with the cosmos as they perceived it (Ruggles, 2009). Along this line, UNESCO’s (2014) thematic initiative, “Astronomy and World Heritage”, shows the close relationship between the observation of the firmament and many existing heritage tourism sites, cultural landscapes, and monuments which were reference coordinates of past civilisations. They are places of mystery and wisdom based on the “knowledge of the stars” (Marin, 2009). The relevance of these sites, the commemoration of key dates in ancient calendars, and other intangible and oral manifestations are a still largely untapped resource for cultural-scientific event astrotourism. Thus, the cultural heritage associated with astronomy is also an important resource for astrotourism. Great opportunities arise for many destinations where heritage is connected with astronomy, often with intangible and oral manifestations (Cotte and Ruggles, 2010).

However, pristine nightscapes and cultural heritage sites do not exhaust the list of potential resources for astrotourism. The fact is that scientific and cultural *knowledge* is the ultimate resource. Hence, to the list of worldclass possible sites for amateur astronomical observation, and for interpretation of archaeological remains, other tangible and intangible, natural, cultural, and built resources must also be considered. In the tangible category belong the facilities for visits to the existing large observatories, including those in Hawaii, northern Chile, and the Canary Islands, as well as some specialized themeparks, such as NASA's Kennedy Space Center in the United States, Space World in Japan, or Space City and Futuroscope in France. Then, in the intangible category there is a growing number of astronomical events and celebrations, not to forget the myriad of smaller activities for the dissemination of astronomical knowledge organized, both outdoors and indoors, by universities, cultural groups, and even travel entrepreneurs.

Figure 3



© Fuerteventura Starlight Biosphere Reserve

3. Astrotourism destinations: Policy and governance

Somehow mimicking initial entrepreneurial behaviour in the 1950s and 60s, elementary astrotourism products and experiences have certainly proliferated in the last few years, often in a spontaneous manner. Amateurs, and even professional astronomers, sometimes jointly with tourism operators, have launched astrotourism ventures. Frequently, these scientific-led initiatives have been based on a solid knowledge foundation, although with little grasp of tourism markets. But

the opposite has also occurred: small, medium and large tourism entrepreneurs, aiming for different and “exciting” new products, setting their intents on astrotourism with scanty scientific groundwork.

The fact is that for astrotourism to thrive, it needs a solid professional approach to both destination and product management. Gone are the times when the positioning of a destination could be improvised, and products “invented” by private concerns or public bodies. Destination management, as well as tourism policy and governance, have developed solid strategic and operational procedures. These can only be ignored at great risk for community development and business success (Muñoz, Fuentes and Fayos-Solà, 2013; Fayos, Solà, Alvarez, and Cooper, 2014).

An astrotourism destination can be positioned as such in the markets only after careful consideration of all options. The right mix of resources, support services, and high quality astrotourism products must be there or be developed in time. A three step analysis and policy process consisting of a *Green Book* of the destination, a *White Paper* of strategic decisionmaking, and a *Tourism Policy Plan* delineating different actions is recommended (UNWTO, 2010; Fayos-Solà and Alvarez, 2014) in order to systematize the stages of a tourism policy and governance plan. In the *Green Paper* stage, a detailed inventory of the destination resources is prepared to study the feasibility of a positioning based on astrotourism capacity. This inventory may be preliminarily extended to cover existing astrotourism products and support services as well, following a “FAS model methodology” (Fayos-Solà, Fuentes, and Muñoz, 2014). Relevant destination stakeholders are identified and called upon to examine the possibilities. An astrotourism main positioning is feasible if some astrotourism products and support services are already operating, and the astrotourism resources discussed above (quality of the night skies and nocturnal landscapes, archaeoastrotourism heritage, scientific facilities, knowledge dissemination capabilities, etc.) exist and clearly predominate over other resources. If this is not the case, there is still the prospect of simply having astrotourism as a substantial product in the destination’s portfolio, with the possibility of consolidating a stronger positioning further into the future. In any case, the compatibility of astrotourism initiatives with other tourism products in the destination must be carefully evaluated at this stage.

After a first governance agreement is established among stakeholders favouring an astrotourism positioning and/or operations, a *White Paper* stage may follow, with focus on the right mix of resources, support services, and products necessary to launch this proposal. This stage must be used to analyse the competitiveness and robustness of the destination regarding astrotourism, as well as the trends

affecting its positioning, following the classic SWOT (strengths, weaknesses, opportunities, and threats) and PESTEL (political, economic, sociocultural, technological, environmental, and legal scenarios) analyses to complete both an internal and external evaluation of the area for astrotourism activity. The comparative and competitive advantages, the policy actions needed, and thus the advisability of an astrotourism positioning (or simply of developing a range of products in this category) should be apparent by the end of this stage.

When a final decision has been reached to develop an astrotourism destination and/or launch important products and experiences of this type, a destination's *Tourism Policy Plan* must be prepared (or adapted if already existing) to advance towards actual performance. Such a plan is a structured set of programmes to analyse market conditions, attract visitors, and satisfy their and the resident's needs. It must also produce crucial feedback for further strategic and operational developments. The usual framework for the Tourism Policy Plan consists of several programmes:

Data. This programme is designed to produce a vital and continuous flow of information regarding all the components of the destination's astrotourism operations. This information concerns both demand and supply factors, as well as dynamic elements respecting trends and innovation.

Sustainability. Actions within this programme's reach refer to the conservation of resources, such as the quality of the nightscapes and the rest of natural and cultural factors of the destination. They concern both an *analytical stage*, including impact appraisal, and *policy formulations*. These latter involve establishing carrying capacity indicators, and enacting corrective provisions for light pollution abatement. Policy measures must also address other negative impacts, as well as establish norms to control and curb other threats to the quality of the resources.

Knowledge. This refers to the set of actions fostering the creation and enhancement of human capital. This programme concerns the needs of the supply side (scientific content and interpretation of astrotourism resources and products, education and training of providers and guides, appropriateness of facilities, etc.). It also involves the actual delivery of tangible experiences and interpreted knowledge to tourists, maximizing the intended scientific content, and dissemination of the astrotourism experiences.

Quality and Excellence. Actions in this programme concern the satisfaction of the stakeholders in the astrotourism destination, involving both tourists and providers. It implies the creation of quality standards and subsequent certification

processes, encompassing most of the other programmes in the tourism policy plan. Its actions reach not only the final astrotourism products on offer, but also matters of resource quality and conservation, as well as the availability and level of support services.

Product and Promotion. This programme groups all processes relating to the product and promotion mix for the attraction of visitors and expectative creation, perception management, and final satisfaction, being closely linked to the quality and excellence programme. It includes the production, communication, support, distribution, pricing, and ex-post assistance of the astrotourism experiences offered at the destination, as well as other ancillary products and services. It is a key programme both in respect of expectative creation and subsequent satisfaction, and impinges directly on perceived quality.

Innovation. This is a key tourism policy programme for astrotourism destinations. It refers to not only innovation in the delivery of the tourism experience, but also actual stakeholder involvement. The purpose of the experience itself is to commit to the dissemination and application of knowledge, contributing to readiness for innovation in the tourism audiences themselves. Thus, policy action in this area must address the content of the astrotourism products and make sure they keep in pace with scientific, technological, and governance advances.

Cooperation and Governance. Tourism governance goes beyond a mere programme in a policy plan, but it is still important to make explicit the provisions for collaboration among the agents in the destination and with those external. These include scientific and technological institutions in general, astronomy research centres in particular, and also the stakeholders and intermediaries in tourism markets. There is a quite broad misunderstanding, especially in European, South American, and African tourism destinations, that governance invokes specifically governments. But this is not the case, especially when referring to *common pool resources* (Ostrom, 1990, 2009; Poteete, Janssen, and Ostrom, 2010), as it is very often the case in the instance of astrotourism. While governments have played a large role in the tourism of these areas, it is widely admitted nowadays that the time has come for inclusive governance of the destinations, with ample involvement of stakeholders from the public and private sector as well as from civil society (De Bruyn, and Fernández, 2012). This is especially relevant in the case of astrotourism, because of the need for broad participation in the upkeep of resources, and the far-reaching benefits

in knowledge dissemination for both visitors and residents.

Figure 4



© Babak Tafreshi

4. Conclusion

Astrotourism has expanded over the last few years, as the scientific community disseminates its objectives, knowledge, and ethics through society at large, and tourism entrepreneurs respond to increasing demand for meaningful tourism experiences.

The specific resources and factors decisive for astrotourism experiences are often quite different from those in other tourism subsectors and niches. The most important resource for astrotourism is clear night skies with astronomical high “seeing” and low “extinction”. Other relevant resources are low light pollution, and scientific knowledge and facilities. This often sets astrotourism optimal destinations apart from other committed to mass tourism. It supposes an opportunity for offbeat host communities, geographically outside more traditional tourism havens.

Similarly, astrotourism diverges from more conventional forms of tourism both from the demand and supply perspectives. For tourists, it entails a knowledge-rich experience, combining the pleasures of unspoiled sites, enlightened company, and personal tangible experiences with learning, knowing, and understanding the observable surroundings at large. This can be an excellent investment for the time and money dedicated to tourism. For the host communities, it signifies a positive reputation, often beyond local reaches, additional *edutainment* and scientific facilities, motivation and implication of many stakeholders, and a notorious positioning, optimizing appeal chances in very competitive tourism markets.

Finally, for astronomy and the general scientific community, it brings a unique chance to come near ample publics, and to gain support regarding science objectives, values, and financial needs. It also supposes an excellent opportunity to make these publics aware of the scientific viewpoints regarding strategic issues, such as human capital formation, good governance, and environmental conservation (including the need to control light pollution). These possibilities set astrotourism in the realm of new and more meaningful forms of tourism, and opens up expectations of a tourism industry contributing to progress in the 21st century.

However, these new forms of tourism require sophisticated policy and governance approaches, well above the spontaneous and improvised ways and means of many nascent initiatives. Few destinations can opt for astrotourism as their main strategic positioning, and only selected astrotourism entrepreneurs respond to real consumer preferences and need of quality tourism. The urge for fast profits, or even for well-intended goals, does not suffice to guarantee successful astrotourism destinations and businesses.

Perhaps the most important starting requirement for an astrotourism quest is applying state-of-the-art know-how to an inventory and analysis of the resources available. The key resources for astrotourism have been reviewed in this paper, as well as the need to systematize their appraisal. This done, conservation of these resources becomes a central issue, which must be tackled through the establishment of voluntary or compulsory standards and norms, followed by adequate programmes and actions.

Adequate governance proposals and decisions from the outset are also important. It is erroneously believed that tourism governance setups must always be organized and conducted by government, but this is not the case. Neither is the fundamentalist free-market doctrine that a left-alone private sector will do. Astrotourism resources are usually a clear-cut case of a *common pool resource*, and it is tailor-made governance solutions which can be the most effective and efficient to optimize resource use.

Finally, adoption of a Tourism Policy Plan, with specific provisions for astrotourism is highly recommended. This plan will usually include programmes and actions for (i) data production and mining, (ii) sustainability provisions, (iii) knowledge creation, dissemination, and application, (iv) supervision of quality and excellence of operations, (v) product formulation, promotion, and follow-up, and (vii) explicit arrangements for institutional cooperation and governance.

Astrotourism is an emerging and promising field for enjoyable and meaningful experiences in contemporary tourism. It can enrich human

capital both among the visiting publics and within the host communities, while simultaneously fostering the quest for scientific, technological, and governance innovation in the institutional fabric. Many of big ideas behind tourism as an instrument for conservation, sustainability, and development, among others, can be both studied and implemented where astrotourism is fostered and practiced. It should be welcomed and embraced as a harbinger of intelligent futures for mankind.

References

- Bunde, A., Kropp, J., and Schellnhuber, H.J: (2002). *The Science of Disasters*. Berlin: Springer.
- Burtnyk, K. (2000). "Impact of Observatory Visitor Centres on the Public's Understanding of Astronomy", in *Publications of the Astronomical Society of Australia, XVII (3)*: 275-81. Sydney: Astronomical Society of Australia.
- Collison, F.M. & Kevin, P. (2013). "Astronomical Tourism': The Astronomy and Dark Sky Program at Bryce Canyon National Park", *Tourism Management Perspectives*, 7: 1-15.
- Cotte, M., and Ruggles, C. (2010). *Heritage Sites of Astronomy and Archaeoastronomy in the context of the UNESCO World Heritage Convention*. Paris: ICOMOS-IAU.
- De Bruyn, C., and Fernández, A. (2012). "Tourism Destination Governance: Guidelines for Implementation", in E. Fayos-Solà, J. da Silva, and J. Jafari, eds.: *Knowledge Management in Tourism: Policy and Governance Applications*, pp. 221-42, Bingley: Emerald Group Publishing
- European Commission (2014). *Science in Society*, <http://ec.europa.eu/research/science-society/index.cfm?fuseaction=public.topic&id=1223>, consulted on 15 Jan 2014.
- ESC, (2013). *Science in Society: Caring for Our Future in Turbulent Times*. European Science Foundation: Science Policy Briefing 50, June 2013.
- Fayos-Solà, E. and Marín, C. (2009). "Tourism and Science Outreach: The Starlight Initiative". *UNWTO Papers*. Madrid: UNWTO.
- Fayos-Solà, E. and Jafari, J. eds. (2010). *Cambio Climático y Turismo: Realidad y Ficción*. Valencia: PUV, Publicaciones Universidad de Valencia, 2010.
- Fayos-Solà, E., Fuentes, L., and Muñoz, A. (2014). "The FAS Model", in E. Fayos-Solà, M. Alvarez, and C. Cooper, eds.: *Tourism as an Instrument for Development: A Theoretical and Practical Study*, pp. 55-86. Bingley: Emerald Group Publishing.
- Fayos-Solà, E. and Alvarez, M. (2014). "Tourism Policy and Governance for Development", in E. Fayos-Solà, M. Alvarez, and C. Cooper, eds.: *Tourism as an Instrument for Development: A Theoretical and Practical Study*, pp. 101-124. Bingley: Emerald Group Publishing.
- Fayos-Solà, E., Alvarez, M., and Cooper, C. eds. (2014). *Tourism as an Instrument for Development: A Theoretical and Practical Study*. Bingley: Emerald Group Publishing.
- Fayos-Solà, E., Marín, C., and Rashidi, M.R. (2015) forthcoming. "Astrotourism", in J.Jafari and X. Honggen (eds.) *Enciclopedia of Tourism*. Berlin: Springer.
- Jafari, J. (2007). "Terrestrial Outreach: Living the Stardome on Earth", Preface to C. Marín and J. Jafari: *Starlight: A Common Heritage*, pp.55-57.Tenerife: Astrophysical Institute of the Canary Islands.
- Jafari, J., Fayos-Solà, E., and Marín, C., rapporteurs. (2007). *StarLight Declaration: International Conference in Defence of the Quality of the Night Sky and the Right to Observe the Stars*. La Palma, Canary Islands, Spain.: UNESCO-MaB, IAC, Spanish Ministry of Environment and La Palma BR.
- Kannappan, S. (2001). "Border Trading: The Amateur-Professional Partnership in Variable Star Astronomy. Master Thesis. Cambridge, Massachusetts: Harvard University.
- Kossack, S. (2013). "Entwicklung von Erfolgsfaktoren für die touristische Nutzung von Sterneparks", Master Thesis. Eberswalde: HNE (Hochschule für nachhaltige Entwicklung).
- Litvin, S.W. (2006). "Revisiting Plog's Model of Allocentricity and Psychocentricity... One More Time", in *Cornell Hotel and Restaurant Administration Quarterly, XLVII (3)*:245-53.
- Marín, C. (2009) "Starlight Initiative and Skyscapes", in "Landscape and Driving Forces: 8th Meeting of the Council of Europe Workshops for the Implementation of the European Landscape Convention". *European Spatial Planning and Landscape, 93*: 95-104.
- Marín, C., Wainscoat, R. and Fayos-Solà, E. (2010). "Windows to the Universe: Starlight, Dark-Sky Areas and Observatory Sites", in C. Ruggles, and M. Cotte *Heritage Sites of Astronomy and Archaeoastronomy in the Context of the Unesco World Heritage Convention*, Icomos and International Astronomical Union.
- Muñoz, A., Fuentes, L., and Fayos-Solà, E. (2012). "Turismo como instrumento de desarrollo: Una visión alternativa desde factores humanos, sociales e institucionales". *Pasos, X (5)*: 437-449.

- Ostrom, E. (1990). *Governing the Commons: The Evolution of Institutions for Collective Action*. Cambridge University Press.
- Ostrom, E. (2009). "A General Framework for Analyzing Sustainability of Ecological Systems". *Science* CCCXXV (5939):419-22.
- Plog, S.C. (1974). "Why Destination Areas Rise and Fall in Popularity", in *The Cornell Hotel and Restaurant Administration Quarterly*, 4: 55-58.
- Poteete, A.R., Janssen, M.A., and Ostrom, E. (2010). *Working Together: Collective Action, the Commons, and Multiple Methods in Practice*. Princeton University Press.
- Rashidi, M. (2012). "Astrotourism Development Strategies in Iran: Ecotourism and Desert Capacities". Allameh Tabatabae'i University, Tehran, Iran.
- Ruggles, C. (2009). "Astronomy and World Heritage". *UNESCO World Heritage Review*, 54: 6-15.
- Smolin, L. (2013). *Time Reborn: From the Crisis in Physics to the Future of the Universe*. New York: Houghton Mifflin Harcourt.
- Spennemann, D. (2008). "Orbital, Lunar and Interplanetary Tourism: Opportunities for Different Perspectives in Star Tourism". In *Starlight: A Common Heritage*. Proceedings of the International Conference in Defence of the Quality of the Night Sky and the Right to Observe the Stars. pp 161-173. La Palma: UNESCO-MaB. IAC.
- UNESCO (1999). "Declaration on Science and the Use of Scientific Knowledge". Paris: United Nations Education, Science and Culture Organization. Text adopted by the World Conference on Science, 1 July 1999.
- UNESCO (2002). *Harnessing Science to Society: Analytical Report*. Paris: United Nations Education, Science and Culture Organization.
- UNESCO (2014). *Portal to the Heritage of Astronomy* <http://www2.astronomicalheritage.net> , consulted on 20 Jan 2014.
- UNWTO (2010). "A Framework for Tourism Policy in Countries of the UNWTO European Regional Commission. *Working Paper 11*, UNWTO Regional Commission for Europe
- Valsiner, J. (2013). "Failure through Success: Paradoxes of Epistemophilia". Unpublished Research Paper. Aalborg University: Department of Psychology and Communication.
- Weaver, D. (2011). "Celestial Ecotourism: New Horizons in Nature-based Tourism". *Journal of Ecotourism* X(1):38-45.

Recibido: 12/05/2014
Reenviado: 18/07/2014
Aceptado: 27/08/2014
Sometido a evaluación por pares anónimos

dourointour

À Descoberta do Douro das Quintas

visite-nos
www.dourointour.pt



Co-financiamento



UNIAO EUROPEIA
Fundo Europeu de
Desenvolvimento Regional



PortoDigital



APHVIN GEHVID
ASSOCIAÇÃO PORTUGUESA DE
INDÚSTRIA DA VITIVA E DO VINHO

Análise da produção científica internacional sobre turismo indígena de 1990 a 2013: um estudo bibliométrico e proposição de uma agenda de pesquisa

Cristiane Nascimento Brandão* **José Carlos Barbieri****
Edgar Reyes Junior*** **Cristina de Moura João******

EAESP/Fundação Getulio Vargas (Brasil)

Resumo: O turismo indígena é um segmento que vem crescendo no mundo todo. Este artigo apresenta um estudo bibliométrico que analisa a produção científica sobre o campo de estudo do turismo indígena em periódicos internacionais entre 1990 e 2013. Este estudo faz-se relevante dada à tendência crescente em implantar o turismo para possibilitar o desenvolvimento econômico em comunidades indígenas, utilizando seu território, cultura e história como atrativos potenciais. Ao analisar os artigos publicados, foram identificados temas centrais, como ecoturismo e turismo sustentável, bem como temas periféricos, como governança e política pública de turismo. Além disso, a presente pesquisa mostra a centralidade do tema desenvolvimento sustentável no conjunto dos artigos analisados. O artigo esboça uma agenda de pesquisa, com indicações de lacunas e sugestões para incentivar pesquisas nesse campo de estudo e assim contribuir para o desenvolvimento sustentável das comunidades indígenas.

Palavras-chave: Turismo indígena, desenvolvimento sustentável, turismo sustentável, ecoturismo, produção científica.

Analysis of the Scientific Production International Indigenous Tourism 1990 to 2013: A bibliometric study and proposal of a research agenda

Abstract: Indigenous tourism is a growing segment worldwide. This paper presents a bibliometric study that analyzes the scientific literature on the field of study of indigenous tourism in international journals between 1990 and 2013. This study is relevant given the growing trend in tourism deploy to enable economic development in indigenous communities, using their territory, culture and history as potential attractions. While parsing published articles central themes such as ecotourism and sustainable tourism were identified as well as peripheral issues such as governance and public tourism policy. Furthermore, this research shows the centrality of the issue of sustainable development in all analyzed articles. The article outlines a research agenda, with indications of gaps and suggestions to encourage research in this field of study and contribute to the sustainable development of indigenous communities.

Key Words: Indigenous tourism, sustainable development, sustainable tourism, ecotourism, scientific production.

* Doutoranda em Administração de Empresas – Fundação Getulio Vargas/EAESP/FGV, e-mail: cristianne.brandao@gmail.com

** Doutor em Administração de Empresas EAESP/FGV e-mail: jose.barbieri@fgv.br

*** Doutor em Administração de Empresas/UFRR, e-mail: edgarreyes2000@yahoo.com.br

**** Mestre em Administração de Empresas – EAESP/FGV, e-mail: crismoura81@gmail.com

1. Introdução

Conforme menciona Weaver (2010), o turismo indígena é uma modalidade consolidada no contexto internacional, especialmente na Austrália, Nova Zelândia e Canadá. Para o autor, tal fato pode ser constatado no aumento das publicações acerca desse campo de estudo nesses países. Nesse contexto, uma tendência observada é que o turismo vem sendo introduzido nas comunidades indígenas e outras comunidades étnicas com o objetivo de criar oportunidades de melhoria nos padrões de vida e emprego, além de possibilitar o desenvolvimento econômico desses povos, aproveitando sua cultura, história e seu território como atrativos potenciais.

Cada vez mais, nota-se na produção científica referente ao tema o aumento da preocupação com a sustentabilidade da atividade turística. O conceito de turismo sustentável vem ganhando popularidade como sendo uma forma de mitigar os efeitos negativos do turismo e incentivar suas influências positivas.

Porém é ampla a variedade de teorias utilizadas para o entendimento dessa realidade. Daí a necessidade de se realizar o mapeamento dos temas estudados e publicados a respeito do turismo indígena, bem como eles se relacionam com outras formas assemelhadas de turismo, como turismo de base comunitária, ecoturismo, e etnoturismo e outros. Da mesma forma é ampla a variedade de atores sociais envolvidos no fenômeno.

O objetivo deste artigo é, assim, analisar a produção científica sobre o campo de estudo do turismo indígena, com vistas a apontar a fronteira do conhecimento no turismo indígena, dado que o conhecimento gerado por meio das produções científicas proporciona a expansão e disseminação dos estudos da área, bem como apresenta suas tendências e variações.

Após esta breve introdução, este artigo está estruturado da seguinte maneira: inicialmente, são abordadas algumas considerações sobre turismo; turismo indígena; turismo sustentável; turismo de base comunitária e desenvolvimento sustentável. Na sequência, apresenta-se a metodologia utilizada para realizar a pesquisa bibliográfica, os resultados encontrados e sua análise e uma avaliação das limitações da pesquisa. Ao final do artigo são apresentadas considerações sobre eventual agenda pesquisa sobre turismo indígena com base nos achados da pesquisa.

2. Referencial teórico

O turismo é um fenômeno de grande importância social e econômica da sociedade moderna e está diretamente ligado aos aspectos históricos, como:

aumento do tempo livre, melhorias das comunicações, transporte moderno e urbanização (UN, 2008). Ele ganhou fama de ser uma atividade que cria oportunidades de negócios, empregos, renda e divisas, proporcionando serviços como transporte, alojamento, alimentação, bebidas, viagens, dentre outros (TIMUR, 2004).

Associado a ideia de que gera desenvolvimento econômico, o turismo tomou a fama de ser uma panaceia, solucionando todos os problemas econômicos e sociais de localidades em desenvolvimento, além de auxiliar na proteção de áreas ambientais (BINNS e NELT, 2002). Entretanto, esta atividade pode causar impactos negativos, como deterioração do meio ambiente e distorção de padrões culturais locais (CABEZAS, 2008). Sendo assim, Alberton et al. (2009) destaca que é necessário avaliar e planejar sua utilização, tendo em vista as adversidades que podem ser consequências de uma atividade turística mal planejada.

Segundo a definição da Organização Mundial do Turismo (OMT), turismo é o conjunto de atividades que as pessoas realizam durante viagens e estadas a lugares distintos de seu entorno habitual, por um período inferior a um ano, com fins de lazer, negócios e outros motivos não relacionados com o exercício de uma atividade remunerada no lugar visitado (OMT, 2001; UN, 2008).

O Ministério do Turismo adota o conceito definido no Congresso da Associação Internacional dos Cientistas Especializados em Turismo (AIEST), em 1981: “turismo é o movimento de pessoas, por tempo determinado, para destinações fora de seu local de residência, e as atividades realizadas durante o tempo de permanência nas localidades visitadas.” O Ministério também classifica o turismo em doze segmentos, a saber: turismo cultural, ecoturismo, turismo de aventura, turismo náutico, turismo de pesca, turismo de esportes, turismo social, turismo de estudos e intercâmbio, turismo de sol e praia, turismo de negócios e eventos, turismo rural e turismo de saúde (BRASIL, 2007).

Como se vê, apesar da marcante presença da cultura indígena no Brasil, o turismo indígena não está entre as modalidades priorizadas pelo Ministério do Turismo. Esse fato é preocupante porquanto se sabe que as comunidades indígenas veem o turismo em suas áreas como uma forma de desenvolvimento local e divesas iniciativas tribais já estão em curso no momento para implementação do turismo nestas áreas, como mostra Brandão (2013). A ausência do turismo indígena na relação do Ministério do Turismo denota uma falta de atenção do poder público para essa modalidade de turismo que pode ser considerada uma atividade econômica importante para as comunidades indígenas e, conseqüentemente, de políticas públicas

específicas para essa modalidade. Muitas dessas áreas dispõem de atrativos naturais, culturais e históricos próprios que favorecem a atividade turística e pode proporcionar benefícios econômicos significativos a toda comunidade local (OMT, 2001).

2.1. Turismo indígena

O turismo indígena, como campo de estudo científico, teve início nas pesquisas em antropologia na década de 1970 (HINCH; BUTLER, 1996) e apenas em 1990 foi inserido no contexto do desenvolvimento econômico e estratégico por meio do estudo da relação entre comunidades indígenas, áreas protegidas e ecoturismo (SMITH, 2006).

Para a ONU, mais precisamente para o Fórum Permanente das Nações Unidas sobre Questões Indígenas de 2009, comunidades, povos e nações indígenas são aqueles que se reconhecem a si mesmos como pertencentes a um setor distinto da sociedade e preocupam-se em perpetuar às gerações futuras sua identidade, padrões culturais, territórios ancestrais, identidade étnica, instituições sociais e sistemas jurídicos. Assim, o indígena é aquele que se identifica como tal e, para sua comunidade, a continuação de sua cultura e sociedade depende da manutenção de aspectos importantes, como por exemplo, o território.

A Agenda 21 ressalta o relacionamento histórico entre as comunidades indígenas e suas terras. Segundo a Seção III, Capítulo 26 da Agenda 21, os indígenas vivem no mesmo território que seus habitantes originais, garantindo a manutenção e a continuação do desenvolvimento de um conhecimento tradicional e holístico dos recursos naturais e do meio ambiente que já vinha sendo aperfeiçoado por seus antecedentes.

A Convenção da Biodiversidade (CDB) estabelece que cada Estado signatário deve na medida do possível respeitar, preservar e manter o conhecimento, inovações e práticas das comunidades locais e populações indígenas com estilo de vida tradicionais relevantes à conservação e à utilização sustentável da diversidade biológica (art. 8º). Ou seja, a CDB reconhece que as comunidades indígenas estabelecem uma relação importante com o território. Conforme Swarbrooke (2000) a cultura e o modo de vida dos pode contribuir para a conservação do meio ambiente e da biodiversidade local.

Segundo Hinch e Butler (1996), turismo indígena é uma atividade onde a comunidade indígena está diretamente envolvida por meio do controle desta atividade ou por meio da cultura como essência da atração turística. Assim, os autores destacam dois conceitos chave para a identificação deste tipo de turismo: (1) controle pela própria comunidade que monitora o desenvolvimento da atividade de

acordo com os fatores que considera críticos; e (2) cultura indígena como atrativo. A ausência da cultura descaracteriza o turismo indígena que passa considerado turismo étnico ou outra modalidade turística. Nesse contexto, Butler (1999) ressalta a importância do desenvolvimento de um turismo sustentável, monitorado por indicadores precisos e confiáveis, de modo que se possam minimizar os riscos de que a atividade turística não seja benéfica para os povos indígenas.

2.2. Turismo Sustentável

O conceito de turismo sustentável surgiu ao final da década de 1960, com a explosão das viagens e do turismo em massa. Em 1970, começa uma preocupação com os impactos negativos causados por esta atividade e então, na década de 1980, com a influência do conceito de desenvolvimento sustentável, o turismo de massa começa a ser questionado e a expressão “turismo sustentável” passa a ser utilizada. Dez anos depois, esta expressão torna-se frequente, bem como, o papel das comunidades locais e indígenas começa a ser reconhecido como facilitadoras deste processo (SWARBROOKE, 2000)

Diferente das outras modalidades classificadas pelo Ministério do Turismo, o turismo sustentável pode ser aplicado a todos os outros tipos, ou seja, esta não é uma forma básica de turismo ou modalidade de turismo como seria, por exemplo, turismo cultural, de esporte ou de pesca, mas uma maneira de realizar qualquer uma das existentes (NETO, 2003). Essa ideia é central entre as entidades da ONU como a UNESCO, o Programa das Nações Unidas para o Meio Ambiente (UNEP) e a Organização Mundial do Turismo (OMT). Alguns autores da área defendem que não há definição exata para o conceito de turismo sustentável e que muitas vezes ele é entendido como uma ideologia ou ponto de vista, e não como uma definição operacional exata (SAARINEN, 2006). Swarbrooke (2000) corrobora com este ponto de vista, ressaltando que a interpretação do termo permanece vaga e sem definição de métodos para sua implementação.

O entendimento mais utilizado e aceito na literatura de turismo sustentável foi desenvolvido pela OMT, para quem o turismo sustentável favorece uma gestão na qual conserva os recursos de maneira a satisfazer as necessidades econômicas, sociais e estéticas mantendo, simultaneamente, a cultura, o meio ambiente e seus processos vitais e a biodiversidade. O objetivo deste tipo de turismo é atender as necessidades atuais dos turistas e das comunidades receptoras, sem comprometer a capacidade de atender igualmente as necessidades das gerações futuras (WTO, 2005). Como se vê esse entendimento faz eco da amplamente conhecida

definição de desenvolvimento constante no Relatório Brundtland ou também denominado Nosso Futuro Comum (CMMAD, 1987), assunto que voltará a ser tratado mais adiante.

Douglas (2006), Ruhanen (2006), Lim e Cooper (2009) defendem que os processos de gestão dos destinos turísticos devem estar sobre uma estrutura que englobe política, planejamento e desenvolvimento, para assegurar a distribuição equitativa dos benefícios do turismo para todas as partes interessadas, ou seja, os resultados do turismo sustentável devem satisfazer ambiental, social e economicamente a todos os *stakeholders*, de maneira a encontrar um ponto de equilíbrio entre as partes envolvidas. Byrd (2007) ressalta que o turismo possui a natureza intrínseca de gerar efeitos tanto positivos quanto negativos sobre a comunidade receptora, sua economia e ao meio ambiente na localidade. Deste modo, a OMT (2004) declara que para possibilitar o desenvolvimento de um turismo sustentável, é necessário monitorar constantemente os impactos, inserindo medidas preventivas ou corretivas sempre que necessário, visando à diminuição dos impactos negativos e a valorização dos positivos.

Dessa maneira, percebe-se que as diretrizes de desenvolvimento e das práticas de gestão do turismo sustentável podem ser aplicadas a todas as modalidades de turismo e para qualquer destino em que as dimensões ambientais, sociais e econômicos da sustentabilidade devem estar equilibradas para permitir que a atividade turística em uma localidade permaneça gerando fatores positivos por um longo prazo (OMT, 2002).

2.3. Turismo de Base Comunitária

Lopez-Guzmán et al (2011) observam que no início do século XXI, ocorreu uma mudança no gosto dos turistas, que passaram a buscar por novas modalidades de turismo. Tal fato pode ter sido impulsionado pela descoberta de destinos desconhecidos e inexplorados pela maioria dos turistas ou até pela vontade de conhecer locais e comunidades com diferentes costumes, cultura e história. As comunidades, por sua vez, perceberam neste interesse uma fonte alternativa de renda e, portanto, uma possibilidade de diminuir a pobreza. Estes dois fatores juntos possibilitaram que o turismo em comunidades permanecesse até os dias atuais.

Butts e Singh (2010) definem o turismo de base comunitária (TBC), como uma maneira de fazer com que as comunidades se envolvam e participem ativamente da gestão dos recursos ambientais e culturais de sua localidade, além de desenvolverem práticas que incentivem a conservação destes recur-

sos. Dessa maneira, o turismo de base comunitária contribui para o desenvolvimento sustentável no longo prazo, além de trazer benefícios imediatos para as comunidades e para os visitantes (KALSON, 2009). O TBC ainda pode ser considerado um instrumento potencial de inclusão social e de promoção do desenvolvimento sustentável por meio de uma participação ativa da população local, como afirmam Cordioli (2001) e Coriolano (2003).

O TBC, segundo Simpson (2008), difere das outras modalidades de turismo principalmente pelo princípio da transferência de benefícios para a comunidade receptora, que é a preocupação e o objetivo central deste tipo de turismo. Segundo o autor, o TBC está centrado no fornecimento de meios de subsistência e outros benefícios para a comunidade como um todo. Lopez-Guzmán et al (2011) salientam que a decisão de explorar os recursos naturais e culturais da localidade por meio da elaboração de políticas de desenvolvimento, deve vir da própria comunidade. Assim, segundo Maldonado (2009) a atividade turística entra como um complemento a qualquer atividade tradicional, fazendo com que esta seja potencializada, ao invés de ser suprimida. Dessa maneira, o TBC não só preserva a cultura e os costumes locais por meio da capacitação e incentivos, mas também desenvolve novas oportunidades de emprego, reforça a economia local e proporciona a perpetuação do conhecimento tradicional, das práticas tradicionais e, principalmente, incentiva a conscientização pública (CORDIOLI, 2001; CORIOLANO, 2003; e BUTTS, 2010).

Dessa maneira, observa-se a importância do TBC para o turismo indígena, onde a conservação e o uso sustentável do meio ambiente e da cultura são as engrenagens para o desenvolvimento desta atividade. Assim, para as comunidades indígenas em particular é indispensável que a importância da cultura seja reconhecida. Neste contexto, Fuller et al, (2007) recomenda que no turismo indígena sejam incluídos: os componentes natural e cultural; a sustentabilidade e a educação. Maldonado (2009) ressalta que o TBC é uma forma de organização empresarial que tem como base a propriedade e a autogestão dos recursos das comunidades, sejam eles ambientais ou culturais. Esta constatação também converge com a atividade do turismo indígena, que só é caracterizado como tal quando possui a participação efetiva da comunidade local na sua gestão, como destacado anteriormente.

Snow (1998) destaca que, por meio de um planejamento claro e orientado pelos próprios líderes (fato que incentiva a comunidade a reconhecer o planejamento vindo dela própria e não imposto por atores externos), é menos provável que o turismo cause impactos negativos. Neste sentido, o TBC é

um grande aliado, pois incentiva a comunidade a se apropriar dos recursos endógenos e da atividade turística.

2.4. Desenvolvimento Sustentável

A ideia de preservar o meio natural e social sem prejudicar o desenvolvimento econômico tomou forma a partir da década de 1970, quando numerosos informes abordando o tema foram publicados. Um dos primeiros e mais relevantes documentos até os dias atuais é a declaração final da Conferência das Nações Unidas sobre o Meio Ambiente Humano, realizada em 1972 em Estocolmo. A declaração ressalta a necessidade de unir a humanidade no esforço da preservação e melhoria do ambiente humano e traz a preocupação com a manutenção deste ambiente para as gerações futuras (UNEP, 1972).

A preocupação com as próximas gerações foi também citada em 1987, no lançamento do Relatório Brundtland, comentado anteriormente, que ressaltou a necessidade de um novo modelo de desenvolvimento, mais efetivo no sentido de integrar o crescimento econômico, a distribuição mais igualitária de riquezas e a conservação do meio ambiente, de modo a satisfazer as necessidades do presente sem comprometer as gerações futuras, conforme a famosa definição de desenvolvimento sustentável (CMMAD, 1991). Contudo, foi em 1992 na Conferência das Nações Unidas para o Meio Ambiente e Desenvolvimento (CNUMAD), também conhecida como “Rio-92” ou “Cúpula da Terra”, que a expressão desenvolvimento sustentável passou a ser mais conhecida e utilizada. Foi também nesta Conferência que foi aprovada a Agenda 21, a Convenção da Mudança do Clima, a Convenção da Biodiversidade e a Declaração do Rio de Janeiro sobre Meio Ambiente e Desenvolvimento contendo 27 princípios para orientar as nações a buscar um desenvolvimento equitativo que respeite o meio ambiente. O princípio 22 da Declaração estabelece que:

“... as populações indígenas e suas comunidades, bem como outras comunidades locais, têm papel fundamental na gestão do meio ambiente e no desenvolvimento, em virtude de seus conhecimentos e práticas tradicionais. Os Estados devem reconhecer a identidade, cultura e interesses dessas populações e comunidades, bem como habilitá-las a participar efetivamente da promoção do desenvolvimento sustentável.”

Lelel (1991) afirma que movimento do desenvolvimento sustentável não configurou um conjunto de conceitos, políticas critérios robustos. Segundo

ele, a eliminação da pobreza e da degradação ambiental não seria apenas por meio do crescimento econômico, pois a ocorrência delas é motivada também por causas estruturais, tecnológicas e culturais. Assim, ele ressalta que a sustentabilidade possui múltiplas dimensões e que devem ser desenvolvidos critérios, padrões, princípios compatíveis com níveis de sustentabilidade que, por sua vez, seriam baseados nas diferentes noções de equidade e justiça social.

Sachs (1993), diante desta complexidade, desdobra a sustentabilidade do desenvolvimento em dimensões que devem ser operacionalizadas simultaneamente. A dimensão ambiental tem por objetivo a redução do consumo de recursos naturais, de emissões de poluentes e de produção de resíduos; a dimensão social visa a melhoria das condições de vida das populações por meio da redução das diferenças sociais e garantia dos direitos humanos; a dimensão econômica busca alcançar uma gestão eficiente dos e a manutenção de fluxos de regulares de investimentos públicos e privados; a dimensão cultural refere-se à busca de concepções endógenas de desenvolvimento que respeitem as peculiaridades de cada ecossistema, de cada cultura e cada local; a dimensão especial visa a obtenção de um equilíbrio espacial baseado em uma melhor distribuição rural e urbana do território. A Comissão Mundial de Cultura e Desenvolvimento criada pela UNESCO mostra que as formas de desenvolvimento também são determinadas por fatores culturais e não devem ser considerados como conceitos separados e estanques, pois o desenvolvimento e a economia fazem parte ou constituem aspectos da própria cultura de um povo.

Passado mais de 40 anos, os entendimentos sobre desenvolvimento sustentável continuam gerando polêmicas intermináveis, as críticas são muitas e variadas, como as que sublinham o seu caráter propositadamente vago com vistas a alcançar uma ampla adesão. Apesar disso, segundo a opinião de Barbieri et al (2010) o desenvolvimento sustentável ensejou um dos movimentos sociais mais importantes deste início de século como pode ser atestado por incontáveis iniciativas em todo mundo conduzidas por empresas, governos, entidades da sociedade civil, comunidades de todo tipo e tamanho, inclusive as tradicionais e indígenas. As questões centrais do desenvolvimento sustentável, como aquecimento global, segurança alimentar, redução da miséria em todo o mundo, educação para todos durante toda a vida, estão entre as principais preocupações dos seres humanos na atualidade. Outro fato que atesta a importância desse movimento é a incorporação dos seus princípios e objetivos em todas as atividades importantes como é caso do turismo sustentável comentado anteriormente.

3. Metodologia

Para se analisar o campo do turismo indígena fez-se uma análise das publicações em periódicos internacionais da área, no período de 1990 a 2012. Para tal, utilizou-se a bibliometria, que segundo Pritchard (1969) e Spinak (1998) consagrou-se como método multidisciplinar que analisa os aspectos mais importantes da produção científica com aplicação de análises estatísticas e matemáticas. Nesse contexto, o método é aplicado quando se pretende conhecer o estado da arte de diferentes áreas do conhecimento, bem como estudar as características, evolução, tendências e elaborar mapas que representem de forma adequada os aspectos quantitativos do conhecimento científico (Araújo, 2006; Santos e Kobashi, 2009).

A pesquisa estabeleceu um corte de vinte e dois anos. As buscas foram realizadas nas seguintes bases de dados: EBSCOhost, EMERALD, JStor; e Science Direct - principais bases de dados onde se encontram estudos sobre administração e turismo. Para a seleção dos artigos foram utilizadas uma combinação de palavras chave, entre elas: “ethnic tourism”; “indigenous tourism”; “tourism in protected areas+indigenous people”; “sustainable indigenous tourism”; “indigenous ecotourism”; “community-based tourism+ indigenous people”; “sustainable development + indigenous people” e “indigenous ecological tourism”. Como critério de seleção, o artigo analisado deveria citar, no resumo e no corpo do trabalho, pelo menos uma das palavras mencionadas acima. Foram selecionados 125 artigos, os quais foram lidos e classificados conforme mostra o Quadro 1.

Dos artigos selecionados, foram identificadas 90 variáveis dos critérios apresentados no Quadro 1, que foram tabuladas de forma a assumir um valor dicotômico, ou seja, o valor “1” para a existência no artigo e o valor “0” para a não existência. Sendo que mais de uma variável poderia ser escolhida para uma mesma dimensão de análise, conforme características do artigo analisado.

Para a análise dos dados, utilizou-se a Análise de Redes Sociais - ARS (*Social Network Analysis*), por meio dos *softwares* UCINET 6.171 e Netdraw 2.065. AARS foi utilizada com o objetivo de entender como as teorias abordadas nos artigos se relacionam (Wasserman e Faust, 1994) no campo de estudo do turismo indígena, bem como identificar temas centrais e periféricos nessa área de estudos. Nesse contexto, visando à comparação da centralidade dos temas abordados, foram utilizadas três medidas, a saber: centralidade de grau (*Degree*), centralidade geodésica (*Eigenvector*) e a centralidade de intermediação (*Betweenness*).

Segundo Wasserman e Faust (1994), no grau de centralidade os atores centrais possuem a maioria dos laços, sendo, portanto, os mais ativos. Já a centralidade de intermediação indica o grau em que uma teoria focal está localizada no caminho mais curto de ligação entre qualquer outra teoria. De outro modo, um ator atua como o elo entre duas variáveis que não estejam diretamente conectadas (Wasserman e Faust, 1994). A centralidade geodésica de um conceito é igual à soma de suas conexões com outros conceitos, ponderada pela centralidade de cada um destes outros conceitos (Bonacich, 1972, 1987 apud Oliver e Ebers, 1998).

Quanto maior for a centralidade geodésica de um determinado conceito, maior será o seu poder, em função de seu contato com atores distribuídos por toda a extensão da rede. De acordo com Wasserman e Faust (1994), a denominação “ator” pode se referir a pessoas, grupos, organizações, entre outros. Nesse trabalho, os atores são as abordagens teóricas identificadas na análise dos artigos.

4. Resultados

Nessa sessão, é apresentada a análise descritiva dos artigos publicados nos últimos vinte e dois anos, referentes ao campo de pesquisa sobre turismo indígena. Quanto aos periódicos em que os artigos foram publicados, a maioria encontra-se no *Annals of*

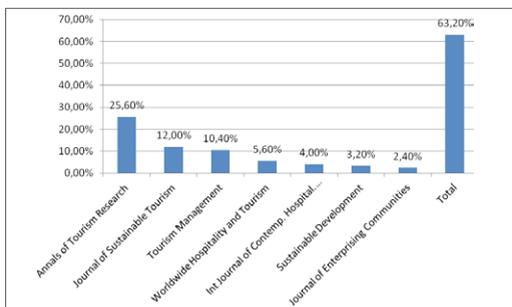
Quadro 1. Critérios de classificação dos artigos

Classificação	Descrição
Ano	Ano em que o artigo foi publicado.
Periódico	Periódico em que o artigo foi publicado.
Tipo de artigo	Teórico, empírico ou revisão de literatura.
Abordagem teórica	Quais teorias ou tópicos obtiveram maior relevância no escopo do artigo.
Procedência geográfica	Continente ou região em que o artigo foi realizado (Europa, África, Ásia, Oceania, América do Sul, América Central, América do Norte).
Unidade de análise	Atores sociais considerados nos estudos: comunidade local, setor privado ONGs, Governo, turistas, parque nacional, outros.

Tourism Research com 25,60% dos artigos. Seguido pelo *Journal of Sustainable Tourism* com 12% (ambos do Reino Unido) e pelo *Tourism Management* que apresentou 10,40% do total de artigos analisados, conforme se observa na Figura 1.

Na sequência, com 5,60% está o *Worldwide Hospitality and Tourism*; com 4% o *International Journal of Contemporary Hospitality Management*; com 3,2% o *Sustainable Development* e, por fim, com 2,4% o *Journal of Enterprising Communities*. Juntos, os periódicos mencionados são responsáveis por mais de 60% de toda a publicação do campo de pesquisa do turismo indígena.

Figura 1. Participação dos diferentes periódicos na divulgação do campo



Outros 36,8% das publicações são provenientes de periódicos diversos que contabilizaram apenas um artigo cada. A maioria desses periódicos não está diretamente relacionada ao estudo do turismo, como por exemplo, o *Human Rights Quartely*, *Pacific Affairs*, *Journal of the Southwest*, *Social & Cultural Geography*, *American Geographical Society*, *Geographycal Review*. Exceto os três últimos, que por serem da área de geografia, facilmente abordam o turismo.

Quanto à evolução da produção científica do campo de estudo do turismo indígena, a Figura 2 mostra que o número de artigos publicados manteve-se baixo durante a primeira metade da década de 1990, tendo aumentado rapidamente a partir de 1995. Nos anos seguintes, a produção manteve-se com uma de três artigos por ano.

A partir de 2000 a produção de estudos na área volta a aumentar e, se manteve crescente até os dias atuais, fato que demonstra um interesse renovado entre autores internacionais em disseminar conhecimento nesse campo de estudo. Esses dados estão de acordo com as observações de Hinch; Butler (1996) e Smith (2006), comentadas na seção 1.1 deste artigo.

Figura 2. Evolução e tendência da produção científica do campo (1990 – 2013)

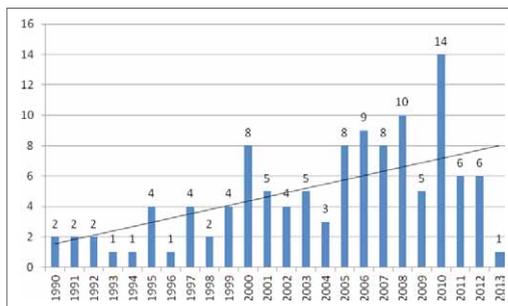
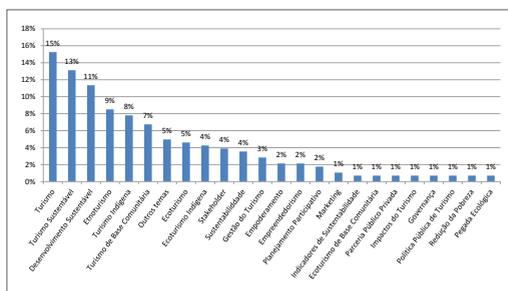


Figura 3. Teorias/temas de maior relevância no escopo dos trabalhos



A análise dos artigos identificou 24 tópicos de relevância (teorias), conforme Figura 3. As abordagens teóricas que apresentaram os maiores percentuais foram: *turismo* (presente em 15% dos artigos), seguida por *turismo sustentável* com 13%.

O tema *Desenvolvimento sustentável* está presente em 12% das publicações, *etnoturismo* e *turismo indígena* apareceram em 9% e 8%, respectivamente, e *turismo de base comunitária* esteve presente em 7% dos artigos analisados. Por meio da ampla gama de artigos que abordaram as temáticas *turismo sustentável* e *desenvolvimento sustentável*, verifica-se que, apesar do conceito *turismo* ser o grande campo de pesquisa, existe uma preocupação crescente com a sustentabilidade dessa atividade.

A análise seguinte refere-se ao poder relacional das abordagens teóricas, ou seja, mapear e identificar as relações de poder entre as diferentes teorias que permeiam o campo de estudos do turismo indígena. A teoria com maior grau de centralidade é a de *desenvolvimento sustentável* com 0,783, seguida pelo *turismo sustentável* com 0,739, o que significa que essas duas temáticas são as que mais influenciam as demais teorias do subcampo. De outra maneira, são abordagens teóricas que possuem a maioria dos laços e são, portanto, as

Tabela 1. Poder relacional das abordagens teóricas

Temas abordados	Medidas de Centralidade		
	Grau	Geodésica	Intermediação
Desenvolvimento Sustentável	0,783	0,448	0,135
Turismo Sustentável	0,739	0,445	0,137
Turismo Indígena	0,696	0,398	0,141
Turismo	0,696	0,441	0,052
Turismo de Base Comunitária	0,696	0,428	0,096
Ecoturismo	0,609	0,364	0,08
Ecoturismo Indígena	0,609	0,406	0,032
Sustentabilidade	0,533	0,353	0,015
Empoderamento	0,478	0,328	0,012
Planejamento Participativo do Turismo	0,435	0,300	0,008
Stakeholder	0,435	0,302	0,011
Gestão do Turismo	0,391	0,264	0,012
Etnoturismo	0,348	0,183	0,022
Parceria Público Privada	0,304	0,209	0,000
Impactos do Turismo	0,304	0,194	0,002
Indicadores de Sustentabilidade do Turismo	0,261	0,192	0,000
Empreendedorismo	0,261	0,194	0,000
Política Pública de Turismo	0,261	0,188	0,001
Outros temas	0,261	0,177	0,002
Governança	0,217	0,105	0,005
Ecoturismo de Base Comunitária	0,174	0,08	0,002
Marketing	0,130	0,054	0,001
Redução da Pobreza	0,130	0,081	0,000
Pegada Ecológica	0,087	0,041	0,000

mais ativas na rede, conforme mostra a Tabela 1. Em seguida, estão presentes o *turismo indígena*; *turismo* e *turismo de base comunitária*, todas com 0,696. Na sequência, com 0,609, *ecoturismo* e *ecoturismo indígena*, respectivamente.

Observa-se que *turismo indígena*; *turismo* e *turismo de base comunitária* (TBC) também são atores conectados a um grande número de outras abordagens teóricas, bem como, as temáticas *ecoturismo* e *ecoturismo indígena*. Quanto à centralidade geodésica, os temas *desenvolvimento sustentável* (0,448); *turismo sustentável* (0,445); *turismo* (0,441); TBC (0,428) e *ecoturismo indígena* (0,406) são considerados pontes teóricas, ou seja, estão ligadas a um grande número de outras teorias. São temas centrais, dado seu contato com outros atores na rede, como é possível observar na Tabela 1.

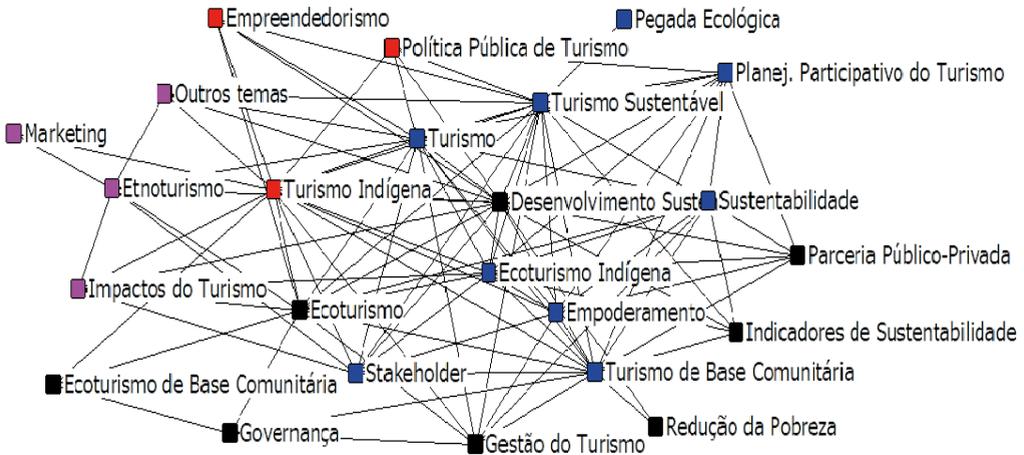
Quanto à centralidade de intermediação, apresentaram os maiores valores o *turismo sustentável* (0,175); *turismo indígena* (0,141) e *desenvolvimento sustentável* (0,135). O resultado indica que estas

abordagens teóricas apresentam-se como elos entre outros atores dispostos na rede, ou seja, são capazes de conectar outros temas que não estejam diretamente ligados. Por exemplo, o tema *turismo sustentável* é um elo entre a temática *pegada ecológica do turismo* e *desenvolvimento sustentável* (Tabela 1).

A Figura 4 é representação do conjunto de relações desta análise. Nesse contexto, foram identificadas cinco facções, ou seja, cinco diferentes grupos. Sendo um grupo central (cor preta) formado por *desenvolvimento sustentável*, *parceria público-privada*, *indicadores de sustentabilidade do turismo* e *redução da pobreza*. Uma segunda facção (azul) é formada por *turismo sustentável*, *turismo*, *turismo de base comunitária*, *ecoturismo indígena*, *planejamento participativo do turismo*, *stakeholder*, *empoderamento*, *sustentabilidade* e *pegada ecológica do turismo*.

O terceiro grupo (vermelho) envolve os temas *turismo indígena*, *empreendedorismo* e *política*

Figura 4. Mapa relacional e facções das teorias



pública de turismo; a quarta facção (cinza) é representado por *ecoturismo*, *ecoturismo de base comunitária*, *governança* e *gestão do turismo* e, por fim, o quinto grupo (rosa), onde estão presentes as discussões acerca do *etnoturismo indígena*, *marketing*, *impactos do turismo*, dentre outros temas.

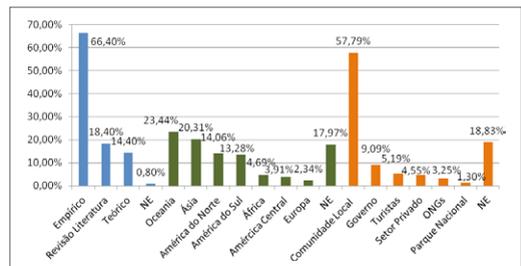
Vale ressaltar que alguns temas mais periféricos, que são os mais distantes dos centrais (por exemplo: *gestão do turismo*, *planejamento participativo do turismo*, *parceria público-privado* e *indicadores de sustentabilidade*) apareceram com diversos laços e, ainda que intermediados por teorias mais centrais, acabam se relacionando com *turismo sustentável* e *desenvolvimento sustentável*. Esse resultado está de acordo com diversos autores ligados à prática do turismo que afirmam ser de fundamental importância o planejamento do turismo, a elaboração e utilização de indicadores de sustentabilidade para melhorar a gestão do turismo, a participação da comunidade local no planejamento e monitoramento das atividade, e as parcerias que reúnem governo, iniciativa privada e comunidades (Douglas, 2006; Ruhanen, 2006; Lim e Cooper, 2009).

Quanto ao tipo de artigo, verificou-se que os esforços de publicação são maiores em termos empíricos (66,4%), o que pode indicar uma preocupação em conhecer a realidade do turismo indígena como parte de um campo de estudo. Já as revisões de literatura totalizaram 18,4% e os estudos teóricos compreenderam 14% dos artigos, conforme Figura 5 (cor azul).

A Figura 5 destaca na cor verde a distribuição geográfica das publicações. Parte expressiva dos artigos publicados é proveniente da Oceania

(23,44%), especificamente da Austrália e Nova Zelândia onde o turismo indígena se apresenta como um segmento consolidado, com forte apoio governamental e investimentos vultosos da iniciativa privada. Em seguida, se destaca a Ásia (20,31%) e as demais publicações estão representadas pela América do Norte (14,06%), seguida pela América do Sul (13,28%).

Figura 5. Tipo de artigo, distribuição geográfica e objeto de análise das publicações do campo



Nota-se também a participação da América do Sul, especificamente Chile, Colômbia e Guiana, cujas comunidades indígenas foram objeto de estudo de diversos artigos. No entanto, o percentual de publicações desses países não faz jus a importância das suas comunidades indígenas com iniciativas em turismo. O Brasil não aparece representado. A África, apesar de apresentar diversos casos de etnoturismo, foi mencionada em apenas 4,69% dos

artigos; a América Central em 3,91% dos casos, com destaque para o Panamá e, por fim, a Europa com 2,34%.

Quanto aos objetos de análise considerados nos artigos pesquisados, a Figura 5 mostra destacado na cor laranja, que grande parte dos estudos envolveu o termo *comunidade local* (indígena) onde o turismo é praticado (57,79%). Em seguida, com menos de 10% cada, estão *governo, turistas, setor privado, ONGs e parques nacionais*. Por fim, 18,83% não especificaram (NE).

5. Discussão

A análise da produção científica acerca da temática sobre o turismo indígena possibilitou diversas reflexões que reforçam a importância e permitem a proposição de uma Agenda de Pesquisa para este campo de estudo. A necessidade de uma agenda de pesquisa se deve em primeiro lugar ao nível incipiente desta área de estudo. Apesar das diversas iniciativas de turismo indígena espalhadas, poucas foram estudadas do ponto de vista da ciência da administração. Os estudos que abordam a questão são, em sua maioria, provenientes da área de antropologia, influenciados pelas atividades de órgãos governamentais responsáveis pela execução de políticas indigenistas. Dessa maneira, o turismo indígena como negócio capaz de possibilitar o desenvolvimento endógeno das comunidades, como colocam Lopez-Guzmán et al (2011), Butts; Singh (2010) e Kalson (2009), tem sido pouco explorado.

Outro motivo para a agenda de pesquisa é necessidade de interagir com pesquisadores dessa área em diferentes países para atuação conjunta, no intuito de identificarem-se similaridades históricas, culturais e ambientais.

O campo parece explorar o tema *desenvolvimento sustentável*, entretanto, a subárea desenvolvimento local permanece pouco mencionada. Alguns temas como *empoderamento e redução da pobreza* foram abordados em poucos artigos, cabendo um maior aprofundamento, tendo em vista sua relação com o desenvolvimento local sustentável. Já a área do *turismo*, foi desdobrada em três subáreas: *gestão do turismo, segmentação do turismo e turismo sustentável*.

Diversos temas com abordagem periférica nos estudos revisados foram alocados dentro das subáreas acima mencionadas, assim, recomenda-se o aprofundamento das pesquisas nesses temas. Por exemplo, *políticas públicas de turismo* é um tema que merece atenção dada à urgência de se criar uma política de turismo que contemple o turismo indígena como uma modalidade reconhecida; outro exemplo é o caso do *etnoturismo*, geralmente

mencionado como sinônimo de turismo indígena, quando na verdade, este último é uma modalidade de etnoturismo (Smith, 1989). Tais esclarecimentos precisam ser desfeitos com o objetivo de alcançar um melhor entendimento sobre estes conceitos.

O tema *pegada ecológica no turismo* é utilizado como indicador para comparar diferentes opções de hospedagem, transportes, lazer e alimentação, esclarecendo ao turista qual das opções é a mais sustentável ou ecológica, pode ser mais adequadamente explorado. Outro tema relevante e que tem recebido pouca atenção (no caso das pesquisas sobre turismo indígena), refere-se aos *impactos do turismo*, pois para desenvolver um turismo sustentável, é necessário monitorar constantemente os impactos, por meio de medidas preventivas e/ou corretivas visando à diminuição dos impactos negativos e a valorização dos positivos (OMT, 2004).

Por fim, o *ecoturismo de base comunitária*, que para Butts e Singh (2010) é uma forma de fazer com que as comunidades se envolvam e participem ativamente da gestão dos seus recursos ambientais e culturais e desenvolverem o ecoturismo como forma de incentivar a preservação destes recursos, da mesma forma, permanece pouco estudado.

6. Conclusões

Essa pesquisa teve como objetivo analisar a produção científica sobre o turismo indígena permitindo a compreensão do conhecimento da área de estudo do turismo indígena. Foram analisados os tipos de artigo, os periódicos, sua localização geográfica, bem como temas de maior relevância nos estudos.

A pesquisa explicita as relações entre os temas turismo, povos indígenas e o desenvolvimento sustentável. Verificou-se que na maior parte dos trabalhos, o conceito de desenvolvimento sustentável está presente, assim como turismo sustentável, o que mostra uma constante preocupação com a sustentabilidade indígena.

Com relação à agenda de pesquisa, a mesma se propõe a preencher algumas lacunas observadas na produção científica da área de turismo indígena. Ressalta-se que esses *gaps* indicam a possibilidade de expansão do campo de estudo de forma a ampliar e disseminar conhecimento, bem como caracterizam oportunidades de pesquisas e publicações futuras. Tais estudos poderiam ainda, subsidiar a elaboração de projetos e políticas públicas para a consolidação do turismo indígena como uma modalidade reconhecida pelo governo brasileiro.

Quanto às limitações deste estudo, pode-se ressaltar que não foram analisados os métodos de pesquisa, autores e afiliação. Como esperado,

não foram encontrados artigos de pesquisadores brasileiros publicados em nenhum dos periódicos analisados neste estudo. Como não faltam iniciativas de turismo indígena no País, pode-se inferir que os acadêmicos ligados à administração e turismo ainda não despertaram para esse assunto, talvez porque as questões indígenas ainda entendidas como territórios exclusivos dos antropólogos vinculados aos órgãos governamentais ligados à política indigenista.

Ressalta-se que um estudo bibliométrico poderia ainda relacionar os principais autores de uma área, bem como sua afiliação e relação com outros autores do campo, porém optou-se por não abordar tais características, que podem ser tópicos de pesquisas futuras. Para pesquisas futuras, sugere-se verificar a concordância e adesão de outros pesquisadores da área acerca da agenda proposta. Este artigo pretende, ainda, incentivar o aumento da publicação de pesquisas apresentando iniciativas de turismo indígena, que poderiam enriquecer o campo. Outra sugestão é a elaboração de pesquisa conjunta com pesquisadores internacionais da área.

O turismo indígena é uma modalidade de turismo importante não apenas pelo número crescente de iniciativas que estão surgindo como alternativas para o desenvolvimento econômico e social das comunidades indígenas e o fim da tutela estatal, mas também pelo que significa em termos ambientais e das culturas tradicionais que se mostraram ser apropriadas para a conservação dos ecossistemas.

Referências

- Alberton, A.; Barddal, R.; Campos, L. (2010). As dimensões e métodos de mensuração da sustentabilidade e o turismo: uma discussão teórica. *Revista de Gestão Social e Ambiental*, São Paulo, 4 (2), 138-155.
- Araújo, C. A. (2006). Bibliometria: evolução histórica e questões atuais. *Em Questão*, Porto Alegre. 12(1), 11-32.
- Barbieri, J.C.; Vasconcelos, I, F.G; Andreassi, T; Vasconcelos, F.C. (2010). Inovação e sustentabilidade: novos modelos e proposições. São Paul, *RAE*, 50(2).
- Binns, T.; Nelt, E. (2002). Tourism as a local development strategy in South Africa. *The Geographical Journal*, 168(3), 235-247.
- Butler, R.W. (1999). Sustainable tourism: a state-of-the-art review. *Tourism Geographies: an International Journal of Tourism Space, Plane and Environment*, 1(1), 7-25.
- Brasil. (2007). *Plano Nacional de Turismo 2007/2010 – Uma viagem de inclusão*. Brasília: Ministério do Turismo.
- Brandao, C. N., Barbieri, J. C., Reyes Junior, E. (2013). Desenvolvimento sustentável e turismo indígena: uma análise das oportunidades e limitações do turismo nas comunidades indígenas da reserva São Marcos - Roraima. *Revista Brasileira de Ecoturismo*. 6, 211-232.
- Butts, T.; Singh, S. (2010). Sustainable tourism as a tool for conservation and protection of the Amazon rainforest in Guyana? *Sustainable tourism*. 2(2), 173-185.
- Byrd, E. T. (2007). Stakeholders in sustainable tourism development and their roles. *Tourism Review*. 62(2).
- Cabezas, A. (2008). Tourism and Social Exclusion in the Dominican Republic. *Latin American Perspectives*, The Impact of Tourism in Latin America. 35(3), 21-36.
- CMMAD – Comissão Mundial sobre Meio Ambiente e Desenvolvimento. (1988). *Nosso futuro comum*. 2 ed. Tradução de Our common future. 1a ed. 1988. Rio de Janeiro: Fundação Getulio Vargas.
- CNUMAD. *Conferência das Nações Unidas para o Meio Ambiente e Desenvolvimento*. (1992). Rio de Janeiro, 3-14 jun. Disponível em: <http://www.un.org/geninfo/bp/enviro.html>, acessado em 23 de janeiro de 2012.
- Cordioli, S. (2001). *Enfoque participativo: um processo de mudança*. Porto Alegre: Gênese, 2001.
- Coriolano, L.N.M.T. (2003). Os limites do desenvolvimento e do turismo. *PASOS - Revista de Turismo y Patrimônio Cultural*. 1(2), 161-171.
- Fuller, D. et al. (2007). Poverty, Indigenous Culture and Ecotourism in Remote Australia. *Society for International Development*. 50(02), 141-148.
- Hinch, T.; Butler, R. (1996). *Indigenous tourism: A common ground for discussion*. London: International Thomson, Business Press.
- Hunter, C. (2002). Sustainable tourism and the touristic ecological footprint. *Environment, Development and Sustainability*. 4, 7-20.
- Lélé, S. (1991). Sustainable development: a critical review. *World Development*. London: Pergamon Press, 19(6).
- Lopez-Guzmán, T; Cañizares, S.S.; Pavón, V. (2011). Community-based tourism developing countries: A case study. *Tourismos: An International Multidisciplinary Journal of Tourism*. 6(1), 69-84.
- Kalson, K. (2009). The Nature of Cultural Contribution of a Community-based Homestay Programme. *Tourismos: An International Multidisciplinary Journal of Tourism*. 5(2), 145-159.
- Maldonado, C. (2009). O turismo rural comunitário na América Latina. In: *Turismo de Base Comunitária: Diversidade de olhares e experiências brasileiras*. Bartholo, Sansolo e Bursztyrn (orgs), Rio de Janeiro: Letra e Imagem.

- Neto, F. (2003). A new approach to sustainable tourism development: moving beyond environmental protection. *Natural Resources Forum*, 27, 212-222.
- Oliver, A.L.; Ebers, M. (1998). Networking network studies: an analysis of conceptual configurations in the study of inter-organizational relationships. *Organization Studies*, 19, 549-583.
- OMT - Organização Mundial do Turismo. (2001). *Introdução ao turismo*. São Paulo: Roca.
- OMT/PNUMA. (2002). *Documento Conceitual – Ano Internacional do Ecoturismo*. OMT.
- OMT – Organização Mundial do Turismo. (2004). *Servicio de cooperación técnica de la OMT*.
- OMT – Organização Mundial do Turismo. (2005). *Tourism highlights*, 2005 edition. WTO: Madrid, 2005. Disponível em: <<http://www.world-tourism.org/facts/wtb.html>>. Acesso em 28 de agosto de 2009.
- Saarinen, J. (2006). Traditions of Sustainability in Tourism Studies. *Annals of Tourism Research*, 33 (4), 1123-1125.
- Sachs, I. (2000). *Caminhos para o desenvolvimento sustentável*. Rio de Janeiro: Garamond.
- Sachs, I. (1993). *Estratégias de transição para o século XXI – Desenvolvimento e Meio Ambiente*. São Paulo: Studio Nobel – Fundação para o desenvolvimento administrativo, 1993.
- Simpson, M.C. (2008). Community benefit tourism initiatives: A conceptual oxymoron? *Tourism Management*, 28, 1-18.
- Snow, S. G. (1998). Pathways in the periphery: tourism to indigenous communities in Panama. *Latin American Studies Association*. Chicago, September.
- Swarbrooke, J. (2000). Turismo sustentável: conceitos e impacto ambiental. Vol.1. Tradução de *Sustainable tourism management*. Oxon: CABI. São Paulo: Aleph.
- Smith, T. Welfare, enterprise, and aboriginal community: the case of the western australian kimberley region. *Australian Economic History Review*, v. 46, n. 3, 2006.
- UNEP. (1992). *Declaração da Conferência das Nações Unidas sobre o Meio Ambiente Humano*. Rio de Janeiro, 3-14 jun. 1992. Disponível em: <http://www.unep.org/Documents.Multilingual/Default.asp?DocumentID=97&ArticleID=1503&l=en>, acessado em 23 de janeiro de 2012.
- UNWTO. (2005). *Making tourism more sustainable: a guide for policy makers*. United Nations Environment Programme and World Tourism Organization. France; Spain.
- United Nations (UN). (2008). *Cuenta satélite de turismo: Recomendaciones sobre el marco conceptual - 2008*. New York.
- Wasserman, S.; Faust, K. (1994). *Social Network Analysis: Methods and Applications*. Cambridge University Press. Cambridge: Author.
- Weaver, D. (2010). Indigenous tourism stages and their implications for sustainability. *Journal of Sustainable Tourism*, 18(1), 43-60.

Recibido: 16/03/2012
 Reenviado: 15/01/2014
 Aceptado: 17/03/2014
 Sometido a evaluación por pares anónimos

¿Existe gobernanza en la actual gestión de los destinos turísticos? Estudio de casos

María de la Cruz Pulido-Fernández*
Juan Ignacio Pulido-Fernández**

Universidad de Jaén (España)

Resumen: En la literatura sobre gestión de destinos turísticos es cada vez más utilizado el término gobernanza. La creciente complejidad de las relaciones entre los diferentes tipos de actores implicados en la gestión de un destino exige generar un marco consistente que facilite la negociación, discusión y cooperación de todos ellos para la consecución de los objetivos establecidos.

Con la misma velocidad que se genera literatura científica sobre gobernanza turística, han ido apareciendo destinos turísticos que se reconocen, o son reconocidos, como casos de éxito en la aplicación de la gobernanza. Sin embargo, en este artículo se demuestra que, en la mayor parte, se trata más de una declaración de intenciones que de un hecho real, pues no se cumplen todos los principios que aseguran la buena gobernanza.

Para ello, se utiliza la metodología del estudio de casos, que permite combinar información de distinta naturaleza –cualitativa y cuantitativa, subjetiva y objetiva, interna y externa- para comprender el fenómeno estudiado y obtener conclusiones.

Palabras clave: gobernanza, gestión de destinos, sostenibilidad, estudio de casos.

Are there governance in management destinations? Case studies

Abstract: In the literature on destination management is increasingly used the term governance. The increasing complexity of the relationships between different stakeholders involved in the management of a destination requires generating a consistent framework to facilitate negotiation, discussion and cooperation of all for achieving the objectives.

With the same speed as scientific literature on tourism governance is generated, have appeared destinations that are recognized as cases of successful implementation of governance. However, this article shows that, in most, it's more of a statement of intent than a fact, because not all the principles that ensure good governance met.

For this, the case study methodology, which combines information of different nature –qualitative and quantitative, subjective and objective, internal and external- to understand the phenomenon studied and used to draw conclusions.

Key Words: governance, destinations management, sustainability, case studies.

1. Introducción

Durante los últimos años, la gobernanza se ha convertido en uno de los conceptos más utilizados en el ámbito de la gestión de destinos turísticos.

Más allá del concepto, sobre el que se tratará en apartados siguientes, la gobernanza implica crear las condiciones adecuadas para que todos los agentes implicados negocien, discutan y, finalmente, cooperen para la consecución de los objetivos establecidos.

* Laboratorio de Análisis e Innovación Turística (LAIInnTUR). Universidad de Jaén. E-mail: macupulido@gmail.com

** Laboratorio de Análisis e Innovación Turística (LAIInnTUR). Universidad de Jaén. E-mail: jipulido@ujaen.es

Como ocurre con otros conceptos –sostenibilidad, innovación y otros tantos–, el de gobernanza se suele utilizar muy a la ligera, incluso en alguna literatura científica, asumiéndose como una suerte de cooperación público-privada para la implementación de acciones que favorecen el desarrollo turístico del territorio. Pero, como se verá en este artículo, es mucho más, y su aplicación rigurosa y eficaz exige la configuración de un marco consistente que, a la vez, dé legitimidad a las actuaciones desarrolladas y permita exigir compromisos firmes a los agentes turísticos comprometidos.

En este artículo se plantea como hipótesis que, en lo que respecta a la gestión de destinos turísticos, la gobernanza se mantiene aún más como una declaración de intenciones –incluso como una excusa irracional e hipócrita para legitimar procesos de desarrollo turístico controvertidos– que como una verdadera herramienta útil al servicio de los actores implicados en la gestión del destino. Este hecho se demuestra fácilmente al comprobar que, en la mayor parte de los destinos en los que se asegura que existen procesos de gobernanza, en realidad, no se cumplen muchos de los principios que caracterizan su existencia.

Para validar esta hipótesis, se realiza un análisis de diversos destinos turísticos, con el objetivo de estudiar si en su gestión se aplican los planteamientos de la gobernanza. Para ello, en primer lugar, se expone el significado de gobernanza, así como sus implicaciones, y especialmente los requisitos que exige una buena gobernanza. Seguidamente, se hará una aproximación a la metodología de estudio de caso (su concepto, pasos para su aplicación, tipos, etc.), con el fin de tener una visión global sobre el método de investigación que se va a utilizar en este análisis.

En tercer lugar, se expondrán algunos de los casos, nacionales e internacionales, identificados en la revisión de la literatura científica como destinos turísticos en los que es posible que se esté aplicando la gobernanza y ésta está siendo una herramienta eficaz para la gestión de los destinos. Para ello, se estudiará la situación del destino, su estructura económica y la forma de gestión del mismo, para finalizar con la aplicación de cada uno de los principios de gobernanza en dicho destino, con la finalidad de determinar si en su gestión, se tienen o no en cuenta dichos principios.

Por último, se realizará una síntesis de todos los destinos analizados para tener una visión global (y siempre teniendo en cuenta las limitaciones propias de un estudio de estas características) sobre la aplicación de la gobernanza, hoy en día, en la gestión de los destinos turísticos. Entre otras, se obtiene una conclusión muy interesante: los destinos que se plantean entre sus objetivos avanzar en materia de sostenibilidad, y que adoptan estrategias dirigidas

a tal fin, cumplen muchos de los principios de la buena gobernanza; en cualquier caso, más que los que no se plantean cuestiones de sostenibilidad.

2. La gobernanza como instrumento clave para la gestión de los destinos turísticos

El uso del concepto de gobernanza en diferente ámbitos, se ha ido extendiendo desde mediados de los años noventa y su utilización ha ido generalizándose en instituciones supranacionales, sectores público y privado e, incluso, en organismos gubernamentales (Duran, 2013; OMT, 2010).

Clarificar el significado de este concepto conlleva cierta dificultad, puesto que es polisémico, tiene numerosos significados, y además, sobre él no existe una única definición. Este término puede ser utilizado para conceptualizar, investigar, analizar o referirse a una forma de gobernar diferente a la jerarquizada y centrada en el poder gubernamental, que surge debido a los límites que esta última tiene para controlar las variables claves del bienestar y prosperidad social, lo que supone una insuficiencia para gobernar a las sociedades contemporáneas (Duran, 2013; OMT, 2010).

Barbini et al. (2011) entienden que gobernanza es un modelo innovador de gobierno, diferente al modelo tradicional y cuya estructura está compuesta por las organizaciones involucradas y las relaciones que se generan entre ellas. Así, en la gobernanza los actores públicos y privados cooperan en la formulación y aplicación de políticas públicas; a través de la existencia de organizaciones formales y redes entre organizaciones (Cerrillo, 2005; Duran, 2013; Mayntz, 2001; OMT, 2010; Vera et al., 2011). Por tanto, la función del gobierno cambia, pasando a facilitar la creación de espacios de acuerdo entre los actores implicados acerca de los problemas a los que se enfrentan en los procesos de gestión de los destinos turísticos y cómo afrontar los mismos.

El PNUD, en su documento de política *Gobernanza para el Desarrollo Humano Sostenible*, establece una serie de principios, cuya existencia es clave para hablar de buena gobernanza: participación, imperio de la Ley, transparencia, capacidad de respuesta, orientación al consenso, equidad, eficacia y eficiencia, rendición de cuentas y visión estratégica (Cuadro 1). No es suficiente con que estén presentes algunos de ellos, sino que deben de estar presentes todos ellos, y no puede haber discrepancia entre los mismos (Edgar et al., 2006; Pulido y Pulido, 2013; Pulido et al., 2013). Además, todos estos principios han de ser reconocidos de forma universal. En particular, los vinculados a los derechos humanos, como la participación y la orientación al consenso y la equidad y el imperio de

la Ley que se reflejan en la Declaración Universal de los Derechos Humanos.

El interés y la importancia del concepto de gobernanza aumenta cuando se afirma que este es fundamental para promover y garantizar el desarrollo sostenible (Vera et al., 2011; Whittingham, 2002). El PNUD (1994) se encuentra al frente del creciente consenso internacional respecto al planteamiento de que la buena gobernanza y el desarrollo humano sostenible son inseparables. La Red de Soluciones para el Desarrollo Sostenible (Sustainable Development Solutions Network, 2013) señala que la buena gobernanza es un importante medio para alcanzar las otras tres dimensiones del desarrollo sostenible: económico, social y ambiental, pero también es un fin; ya que el desarrollo sostenible es fruto de la suma de las acciones de todas las personas, todas las partes interesadas han de poder participar en la toma de decisiones a todos los niveles.

En los últimos años, ha sido cada vez más frecuente la utilización del término gobernanza en el ámbito turístico, hasta el punto de que comienza a considerarse como una opción eficaz para la gestión

de los destinos turísticos (Pulido y Pulido, 2013). Este es, de hecho, el planteamiento de este artículo. Así, la colaboración público-privada es una elección a llevar a cabo cuyo éxito se encuentra en dos componentes básicos (Madrid, 2009): la confianza entre los participantes y el hecho de que quien aporta información tiene garantizada la confidencialidad de la misma y, además, a cambio obtiene un beneficio concreto, que puede ser la adquisición de información con valor agregado.

Por tanto, podría definirse gobernanza turística como “una práctica de gobierno que se puede medir, que tiene como objetivo dirigir efectivamente el turismo en los diferentes niveles de gobierno, a través de las formas de coordinación, colaboración y/o cooperación, que sean eficaces, transparentes y sujetas a rendición de cuentas, que ayudará a alcanzar los objetivos de interés colectivo que comparten redes de actores involucrados en el sector, con el objetivo de desarrollar soluciones y oportunidades a través de acuerdos basados en el reconocimiento de las interdependencias y responsabilidades compartidas” (Duran, 2013: 14; OMT, 2010: 22).

Cuadro 1. Principios de buena gobernanza según la ONU

Principios de Buena Gobernanza	Contenido
Participación	Todos los hombres y las mujeres deben intervenir en la toma de decisiones, ya sea directamente o por medio de legítimas instituciones intermedias que representan sus intereses. Esta amplia participación se basa en la libertad de asociación y expresión, así como las capacidades para participar de manera constructiva.
Imperio de la Ley	Los marcos legales deben ser justos y aplicados de manera imparcial, en particular las leyes sobre los derechos humanos.
Transparencia	La transparencia se basa en el libre flujo de información. Procesos, las instituciones y la información son directamente accesibles a los interesados y se proporciona suficiente para comprender y vigilar.
Capacidad de respuesta	Instituciones y procesos que tratan de servir a todos los interesados.
Orientación al consenso	El buen gobierno interviene para lograr llegar a un consenso amplio sobre lo que es el mejor interés para el grupo y, cuando sea posible, sobre las políticas y procedimientos.
Equidad	Todos los hombres y las mujeres tienen oportunidades de mejorar o mantener su bienestar.
Eficacia y eficiencia	Los procesos y las instituciones han de producir resultados que satisfagan las necesidades, y al mismo tiempo, hagan el mejor uso de los recursos.
Rendición de cuentas	Quienes toman las decisiones en el gobierno, el sector privado y las organizaciones de la sociedad civil, son responsables ante el público, así como ante las instituciones interesadas. Esta responsabilidad varía en función de la organización y si la decisión es interna o externa a la organización.
Visión estratégica	Los líderes y el público tienen una perspectiva amplia y a largo plazo en la buena gobernanza y en el desarrollo humano, junto con un sentido de lo que se necesita para dicho desarrollo. Hay también una comprensión de las complejidades históricas, culturales y sociales en que se basa esa perspectiva.

Fuente: Elaboración propia, a partir de PNUD (1994) y Edgar et al. (2006: 6).

La gobernanza se puede aplicar a la gestión de un destino, creando ámbitos de relación no sometidos a los principios de jerarquía, ni de mercado, con la facultad para tomar decisiones colectivas desde perspectivas nuevas (Velasco, 2010; Pulido et al., 2013). Song et al. (2013) indican que la aplicación de la gobernanza a lo largo de la cadena de valor de turismo, mediante la coordinación, colaboración y cooperación entre los diferentes actores, facilita el consenso y el aprendizaje durante la planificación y gestión del destino turístico.

Así, que se consiga un desarrollo sostenible del turismo está directamente relacionado con la aplicación de una buena, transparente y equitativa gobernanza, en la que se recojan métodos de gestión comunitaria y de economía social basadas en la participación, la autogestión de gran parte del proceso de desarrollo turístico, la adopción democrática de decisiones y la distribución equitativa de los recursos y beneficios (Bramwell y Lane, 2011; Lanquar y Rivera, 2010).

Para conseguir la aplicación de una buena gobernanza, es necesario disponer de una metodología clara, que permita a todas las partes interesadas en la gestión del destino turístico dirigir sus actuaciones conforme a los principios de buena gobernanza, teniendo en cuenta el rol que desempeña cada uno de ellos en la planificación, coordinación, ejecución y evaluación de su gestión. Y debe de ser flexible, permitiendo que pueda ser adaptada, según el contexto, a la realidad de la que se parte y los recursos de los que se dispone. Asimismo, ha de partir de un estudio pormenorizado del territorio, para determinar la realidad inicial, con el fin de establecer, de la forma más concreta y certera posible, las distintas estrategias y objetivos a seguir, recogiendo en dicho estudio, entre otros datos, la identificación y caracterización de los actores que pueden participar en la gestión del destino turístico, configurándose a continuación una estructura formal de participación en la que intervendrán todos los actores para la formulación de estrategias y programas a desarrollar (Bertucci, 2002; Pulido, 2010).

La sostenibilidad del turismo necesita que los actores políticos, económicos y sociales que intervienen en la producción turística, a cualquier nivel (local, regional, nacional, supranacional), alcancen entendimientos y logren sinergias, así como que se coordinen y organicen para definir y realizar objetivos generales tendentes a conseguir beneficios para el conjunto de la sociedad, disminuyendo los impactos negativos que pueda ocasionar la actividad turística (OMT, 2010; Ruhanen, 2013). En este sentido, Bruyn y Fernández (2012) señalan que la autoridad de turismo a nivel nacional debe de asegurar una adecuada coordinación entre las diferentes entidades gubernamentales con competencia en materia turística y por otro lado, en el marco público-privado y comunidad

ha de desarrollar un marco de cooperación para garantizar el mayor nivel de participación y consenso a favor de la industria turística.

3. La metodología del estudio de caso

Dado que no existe en la literatura científica sobre turismo un corpus sistemático sobre los procesos y dinámicas de gobernanza aplicados a la gestión de destinos turísticos, sino que las aportaciones realizadas hasta ahora se circunscriben a la exposición y análisis de casos concretos, en los que los autores defienden su postura acerca de la existencia o no de gobernanza en los destinos analizados, se ha optado por realizar una investigación exploratoria basada en la metodología del estudio de caso.

Esta metodología es definida por Yin (1994:13) como “una investigación empírica que estudia un fenómeno contemporáneo dentro de su contexto de la vida real, especialmente cuando los límites entre el fenómeno y su contexto no son claramente evidentes.(...) Una investigación de estudio de caso trata exitosamente con una situación técnicamente distintiva en la cual hay muchas más variables de interés que datos observacionales; y, como resultado, se basa en múltiples fuentes de evidencia, con datos que deben converger en un estilo de triangulación; y, también como resultado, se beneficia del desarrollo previo de proposiciones teóricas que guían la recolección y el análisis de datos”.

Por su parte, Morra y Friedlander (2001: 2) definen el estudio de caso como “un método de aprendizaje acerca de una situación compleja; se basa en el entendimiento comprensivo de dicha situación, el cual se obtiene a través de la descripción y análisis de la situación la cual es tomada como un conjunto y dentro de su contexto”. Así, el estudio de caso implica tres elementos: entendimiento comprensivo, descripción extensiva y análisis de la situación dentro de su contexto y en su conjunto.

Para documentar el estudio de caso, se pueden utilizar múltiples métodos: entrevistas a personal clave, revisión de documentos y registros, visita y observación sobre el terreno, etc., así como fuentes cuantitativas y/o cualitativas (Villareal y Landeta, 2010).

Respecto a la pertinencia de su aplicación como metodología de investigación, Bonache (1999) plantea que el problema al que ha de hacer frente el investigador es el que determinará la metodología más adecuada. Sin embargo, señala varias situaciones en las que puede aplicarse esta metodología del estudio de caso:

- 1) Cuando se quieren construir o depurar teorías. El estudio de caso es una metodología apropiada cuando se conoce poco sobre el fenómeno que se va a analizar, o se va a crear una teoría. La

teoría permite saber el porqué, es decir, describir, explicar y predecir el fenómeno a estudiar.

- 2) Para analizar procesos de cambio organizativo. Permite determinar el cómo y el por qué de un cambio ocurrido durante un proceso.
- 3) En los estudios interculturales. El estudio de caso permite conocer los diferentes significados que un mismo concepto tiene para personas de distinta cultura.
- 4) Análisis de fenómenos inusuales o secretos. Las relaciones a largo plazo son las que dan lugar a la confianza, que puede proporcionar información “secreta” que no puede obtenerse mediante otros procedimientos.

Yacuzzi (2005: 6) señala que, en la decisión de qué método elegir, se han de tener en cuenta una serie de cuestiones: i) el tipo de pregunta de investigación que se busca responder; ii) el control que tiene el investigador sobre los acontecimientos que estudia; y iii) la “edad del problema”, es decir, si es un asunto contemporáneo o un asunto histórico.

Este mismo autor, siguiendo a Yin (1994) y a Georgey Bennett (2005), establece que el estudio de casos debe de seguir los siguientes pasos (Yacuzzi, 2005: 23):

- 1) Diseño del estudio. En este paso, se establecen los objetivos del estudio, se realiza propiamente el diseño y se elabora la estructura de la investigación.
- 2) Realización del estudio. En este paso, se prepara la actividad de recolección de datos y se recoge la evidencia en todas las fuentes del caso.
- 3) Análisis y conclusiones. En este último paso, se analiza la evidencia. Hay numerosas formas de relacionar los datos con las proposiciones. Además, los criterios para interpretar los hallazgos de un estudio no son únicos. Esta etapa finaliza con la preparación del informe del trabajo y la difusión de sus resultados.

Por último, reconocer que la utilización de esta metodología conlleva una serie de críticas (Arzaluz, 2005; Bonache, 1999; Villareal y Landeta, 2010). La primera es que los resultados obtenidos son sesgados, ya que el investigador elige el fenómeno a estudiar y el marco teórico, pondera la relevancia de las distintas fuentes y analiza la conexión causal entre los hechos, lo que lo aparta de ser el investigador “objetivo” que intenta eliminar cualquier sello personal en la disposición de los datos. Por ello, sus estudios son acusados de ser poco objetivos y fiables.

En segundo lugar, se afirma que la ciencia es universal. Con la aplicación de esta metodología, no se garantiza que el caso que se analiza es realmente representativo o una representación particular. Por tanto, un estudio de caso no permitiría generalizar los resultados. Y una tercera crítica sostiene que

dicha metodología crea una enorme cantidad de información que puede que no sea manejable para su sistematización.

Frente a la primera crítica, Bonache (1999) señala, como réplica, la establecida por los críticos de los estudios cuantitativos, que indican que dichos estudios no se centran en la causación, sino en la correlación empírica. Ambas, se diferencian en tres aspectos fundamentales. Así, la relación entre variables correlacionadas es simétrica, mientras que la relación causal no lo es. Por otro lado, las hipótesis causales tienen una mayor capacidad explicativa. Por otro lado, se indica que la metodología cuantitativa no es tan imparcial y objetiva como se pretende; no controla, por tanto, el sesgo del investigador. Por el contrario, el procedimiento informal, típico de los estudios de caso, permite que el investigador descubra que una misma pregunta tiene diferentes significados para distintas personas. Por tanto, el estudio de caso lleva a cabo un análisis con mayor autenticidad.

En respuesta a la segunda crítica, Yin¹ indica que la cuestión de la generalización no radica en una muestra probabilística extraída de una población a la que se pueda extender los resultados, sino en el desarrollo de una teoría que puede ser aplicada a otros casos. Y, respecto a la tercera crítica, Villareal y Landeta (2010) señalan que el uso de la cantidad de información que genere esta metodología dependerá, en gran medida, de la capacidad y método del investigador y de su habilidad para transformar esa gran cantidad de información en múltiples formatos, en información sintética, que sirva como contraste del modelo propuesto a la investigación.

En definitiva, a pesar de las críticas, esta metodología es cada vez más utilizada (Villareal y Landeta, 2010), también en las investigaciones en turismo (Bramwell, 2011), y es adecuada para atender cuestiones como: explicar relaciones causales que son demasiado complejas para ser explicadas mediante las estrategias de investigación de encuestas o experimentos, detallar el contexto real en el que se ha producido un evento o intervención, valorar los resultados de una intervención y examinar situaciones en las cuales la intervención valorada no tiene un resultado claro y singular.

Como afirman King, Keohane y Verba (2000: 62), en relación con los estudios cualitativos de investigación social, “la regla más importante para toda recogida de datos es dejar claro cómo se han creado y de qué manera hemos accedido a ellos”. Para esta investigación, los casos analizados a continuación no han sido escogidos al azar, sino que se han seleccionado tras una profunda revisión de la literatura científica sobre gobernanza y gestión de destinos turísticos. Tras dicho examen, se consideró oportuno realizar el análisis más pormenorizado de los casos recogidos en este artículo, que en la

bibliografía revisada se consideran ejemplo de la aplicación exitosa de la gobernanza como herramienta de gestión del destino. Por consiguiente, en este trabajo se realiza un examen más pormenorizado de cada caso, con el fin de determinar si, efectivamente, es cierto que en estos destinos la gobernanza se aplica con éxito como herramienta de gestión de los mismos.

Además de los expuestos en este trabajo, se han analizado los casos de Åre (Suecia) (Nordi y Svensson (2005, 2007); Mantua, Perugia, Portoroz, Milán, Siena, Viena, St. Moritz, Livigno, Taormina, Corvana, Parma y Berlín (D'Angella, De Carlo y Sainaghi, 2010); Daute o Isla Baja (Tenerife) (Poleo, 2011) y Ronda (Málaga). La gestión turística de estos destinos tiene algunas características similares, como que en los entes que realizan la gestión del destino no participan todas las partes interesadas; o la participación de todas se limita a la realización de funciones de promoción, sin que exista planificación previa; o no participan los agentes locales en una estrategia colectiva; o la gestión se realiza a través de un ente público y mediante mecanismos rígidos; observándose un nulo o bajo cumplimiento de los principios de buena gobernanza.

En consecuencia, la selección de los casos expuestos se ha realizado bajo un criterio teórico (casos de éxito reconocidos en la literatura científica). A pesar de la heterogeneidad que caracteriza esta selección, todos los casos recogidos son representativos de una 'población' de destinos turísticos determinada (aquellos a los que los expertos reconocen que aplican con éxito la gobernanza como instrumento de gestión del destino) y, al menos, son válidos para un análisis exploratorio, como es el que se realiza en este artículo.

4. Análisis de los casos seleccionados

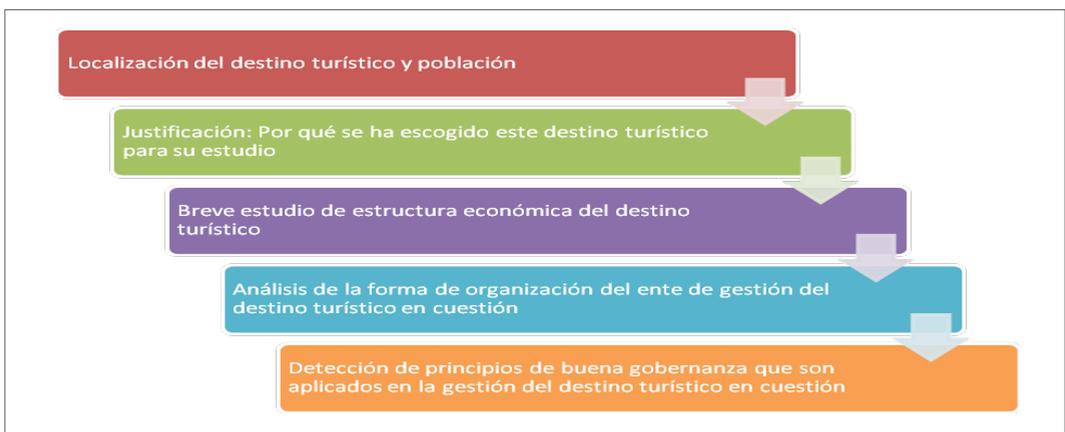
El desarrollo turístico de un territorio se apoya en la existencia de relaciones entre una gran diversidad de agentes (Ruhanen, 2013), por lo que es fundamental la consecución de la buena gobernanza para lograr el mismo. Como se ha señalado con anterioridad, el PNUD (1994) establece diez principios para hablar de buena gobernanza. El problema se plantea a la hora de determinar si estos principios se tienen en cuenta en la gestión de los destinos turísticos, lo que justifica la necesidad de realizar una profunda investigación al respecto.

Los estudios realizados hasta el momento en este ámbito son escasos, de ahí el interés de esta investigación, en la que se han analizado buena parte de los casos expuestos hasta ahora en la literatura existente sobre la aplicación de la gobernanza y su importancia en la gestión de diferentes destinos turísticos, si bien en este artículo solo se profundiza en algunos de ellos.

El análisis de cada caso seguirá la misma estructura (Gráfico 1), comenzando por un estudio de la localización geográfica del destino turístico analizado. Posteriormente, se justifica la elección de dicho destino para su estudio. A continuación, se realiza un breve análisis de su estructura económica y un estudio de la forma de organización del ente de gestión del mismo, para finalizar con la detección de los principios de buena gobernanza que son aplicados en la gestión del destino estudiado.

Finalmente, señalar que los datos recogidos a continuación son los existentes a fecha de cierre de esta investigación (diciembre 2013), por lo que, posteriormente, puede que haya habido ciertos cambios en los mismos que no queden reflejados en este trabajo.

Gráfico 1. Secuencia metodológica para el estudio de caso



Fuente: Elaboración propia.

Cuadro 2. Gobernanza turística en Valencia

<h3>Valencia (España)</h3>	<p>Valencia es una ciudad española, capital de provincia y de la Comunidad Valenciana. Está situada en la ribera del río Turia, en medio de la llanura aluvial L'Horta, siendo su extensión, de este a oeste, de 8 kilómetros. En 2013, cuenta con una población de 797.028 habitantes.</p>
<h4>Justificación</h4>	
<p>Valencia ha sido elegido como caso de estudio por ser objeto de dos importantes menciones por parte de la Organización Mundial del Turismo relacionadas con gobernanza: Certificación de la Organización Mundial del Turismo UNWTO–Sbest, excellende in Tourism Governance, que reconoce la excelencia en la gestión de destinos turísticos y certifica las mejores prácticas en gobernanza turística, con el fin de promover la mejora de la calidad en el servicio turístico e impulsar avances en el bienestar de la sociedad.</p> <p>Premio UNWTO Ulysses, otorgado por la Organización Mundial del Turismo a la innovación en la gobernanza turística en 2009 (Ayuntamiento de Valencia). Con este premio se reconoce el mérito en la planificación de la promoción turística, el desarrollo del destino, la puesta en práctica de estrategias turísticas, el uso de nuevas tecnologías y la atención al cliente. Asimismo, este premio valora el logro en la búsqueda de la excelencia en la organización interna, que se centra en la eficiencia de los procesos y el uso de las nuevas tecnologías, en cuestiones de liderazgo y alianzas, a nivel local, nacional e internacional, y su pertenencia a organizaciones internacionales y, por último, en los proyectos que Turismo Valencia lleva a cabo en colaboración con el sector turístico internacional, o con las administraciones turísticas españolas regionales y nacionales.</p>	
<h4>Estructura económica</h4>	
<p>El municipio tiene una base industrial importante, con un 14% de la población ocupada en el sector secundario. Dicha base industrial está formada por pequeñas y medianas empresas, destacando los sectores del papel y artes gráficas, el sector de madera y mueble, el sector de productos metálicos y el sector del calzado y la confección.</p> <p>Pero la actividad económica fundamental de la ciudad de Valencia gira en torno al sector servicios¹, que cuenta con un 74% de la población ocupada.</p> <p>Respecto al turismo, Valencia es un importante y dinámico destino turístico, que ha experimentado un crecimiento elevado en los últimos años, a pesar de la situación económica actual. De hecho, en 2012 se produjo un crecimiento de un 1% en las pernoctaciones en la ciudad con respecto a 2011, con 3.303.000 pernoctaciones totales. Además, finalizó 2012 con un incremento del 10% de viajeros de carácter internacional, y un número de 876.000 visitantes (Fundación Turismo Valencia, 2012).</p>	
<h4>Forma de organización del ente de gestión</h4>	
<p>Su ente de gestión es la Fundación Turismo Valencia Convention Bureau, creada en 1991². Esta Fundación tiene como patronos al Ayuntamiento, la Cámara de Comercio, Feria de Valencia y Confederación Empresarial Valenciana. Cuenta con 239 protectores, entre los que se encuentran empresas de hostelería, agencias de viaje, transporte, etc., que están representados en los órganos de dirección: Patronato y Consejo Permanente. La aportación económica del sector privado se realiza mediante cuotas y convenios.</p> <p>Es responsable de la mayor parte de las competencias relacionadas con la gestión del destino.</p>	

Fuente: Elaboración propia.

Cuadro 2. Gobernanza turística en Valencia (conclusión)

Principios de buena gobernanza que cumple

Los Estatutos del órgano de gestión permiten la participación de todas aquellas personas físicas o jurídicas que se comprometan a aportar las cantidades que establezca el Patronato, destinadas al mantenimiento y sustento económico de la Fundación (art. 28)³. Para su admisión, será necesario que éstas se dediquen a alguna actividad turística, de interés para el turismo, o directa o indirectamente relacionada con el turismo. Asimismo, han de estar legalizadas y presentar garantías económicas y profesionales. Y, por último, han de demostrar el ejercicio de dicha actividad profesional durante, al menos, un año. Aquí cabría preguntarse si realmente se puede hablar de *participación*, ya que existe cierta limitación a la participación de la ciudadanía de Valencia que se ve afectada directamente por el desarrollo turístico del municipio en el que habitan. Aunque el Plan Estratégico de Valencia (2012-2015) tiene como uno de sus objetivos para 2015, una alta aceptación de los ciudadanos de las estrategias planteadas (Fundación Turismo Valencia, 2013), no contempla, sin embargo, ningún medio de participación para los ciudadanos. Solamente habla de sensibilización de la población. Por otro lado, en el proceso de elaboración del Plan de Actuación del ente, se reenvía la propuesta del Plan a los socios fundadores para obtener sus propuestas y comentarios ¿esto se puede considerar suficiente para poder hablar de participación?

Asimismo, se ha de tener en cuenta que no todos los actores tienen el mismo número de votos. El baremo que se aplica es: Ayuntamiento de Valencia, 34 votos; Cámara de Comercio 6 votos; Feria de Valencia, 5 votos; Confederación empresarial valenciana, 5 votos; patrocinadores y colaboradores, 20 votos, y socios protectores, 30 votos. Las colaboraciones que se realizan entre todos los actores que participan en este ente de gestión estarán en función de la aportación económica que realicen al mismo y los acuerdos se adoptarán por mayoría simple de los votos. Por lo que ¿se puede hablar de *orientación al consenso*?, principio que pretende alcanzar el mejor interés del grupo. ¿Y del principio de *capacidad de respuesta*?, que trata de servir a todos los interesados. ¿Y de *equidad*? ¿Todos tienen las mismas oportunidades?. En este caso, se observa que no todos los actores que participan tienen el mismo número de votos y que, además, solamente se exige mayoría simple para alcanzar un acuerdo, por lo que cabría pensar que, en determinadas situaciones en los que no haya acuerdo, aquellos que tienen menor número de votos tienen menor número de posibilidades de hacerse oír.

Respecto al *principio de transparencia*, la Fundación Turismo Valencia Convention Bureau realiza informes periódicos de gestión y una Memoria de Actividades anual, proporcionando un libre flujo de información a los interesados. De igual forma, realiza la *rendición de cuentas* ante los mismos, adecuándose su actuación a la normativa vigente (*principio de imperio de la ley*). Le es aplicable la legislación en materia de Fundaciones y, en ningún caso, lo contemplado en los Estatutos puede ir en contra de la misma.

Los resultados obtenidos por la gestión de la Fundación Turismo Valencia Convention Bureau han sido muy importantes, logrando un incremento de la oferta y de la demanda de turismo en la ciudad⁴. Su gestión, por tanto, parece ser *eficaz y eficiente*, realizando el mejor uso de los recursos. Prueba de ello son los dos importantes reconocimientos que ha obtenido de la Organización Mundial del Turismo: la certificación S.Best (2006) y el premio Ulises (2008), que premian las buenas prácticas, la innovación, la eficiencia y la eficacia. Por otro lado, la Fundación realiza un estudio permanente del impacto generado por la actividad turística en el ámbito económico y el empleo del destino, adaptando sus actuaciones y estrategias a la realidad del municipio. De ahí que tenga en cuenta en su actuación el principio de *visión estratégica*.

Fuente: Elaboración propia.

Cuadro 3. Gobernanza turística en Belek

<p>Belek (Antalya, Turquía)</p>	<p>Belek, es una localidad costera de Turquía que ha experimentado un rápido crecimiento turístico a gran escala. Se encuentra a 40 Km de la ciudad de Antalya, en la costa mediterránea, y cuenta con una población de 70.586 habitantes.</p>
<p>Justificación</p> <p>Belek aparece en la literatura (Yüksel et al., 2005) como un ejemplo de gobernanza del turismo. Por otro lado, La OMT (2001) reconoce este destino turístico como un importante proyecto de cooperación entre el sector público y privado. Los objetivos del proyecto se realizaron en colaboración entre inversores, habitantes de la zona, entidades públicas y ministerios competentes. La colaboración público privada en este proyecto ha demostrado que se puede lograr el desarrollo más rápido, evitando que surjan los problemas propios del sector. Esta colaboración propició la comprensión y mutua confianza entre Estado, sector privado y comunidad local.</p>	
<p>Estructura económica</p> <p>La agricultura, la industria y el turismo son los motores económicos de la zona. Además, es un importante centro de investigación botánica, con 574 especies de plantas. Pero, Belek destaca por ser un importante núcleo turístico de Turquía, situado en la provincia de Antalya⁵. Cuenta, en la actualidad, con treinta y dos hoteles de cinco estrellas y cinco campos de golf. El destino tiene una capacidad total de 45.000 camas. El sector turístico ha experimentado un importante incremento desde 1984⁶, aumentándose el número de viajeros que visitan la zona hasta 1.364.641 visitantes en 2012.</p>	
<p>Forma de organización del ente de gestión</p> <p>La gobernanza turística en Belek se caracteriza por que el centralismo en la administración pública y algunas otras áreas han comenzado a reflejar tendencias recientes hacia el neoliberalismo y una descentralización limitada. Sin embargo, dos aspectos de la gobernanza de Belek son inusuales entre estaciones de esquí de Turquía. En primer lugar, se ha producido la privatización de las funciones relacionadas con el turismo; funciones que en otros centros turísticos siguen siendo realizadas por el gobierno central. La Asociación de Inversores de Turismo de Belek (Betuyab) fue establecida en 1990 con el fin de ayudar al Ministerio de Turismo con la financiación, construcción y gestión de la infraestructura del complejo.</p> <p>En segundo lugar, la gobernanza de Belek se caracteriza por la participación de una ONG, la Sociedad para la Protección de la Naturaleza de Turquía (DHKD), en la elaboración de un plan de desarrollo para la zona (Yüksel et al., 2005: 869). El Plan preconiza la instauración de un enfoque de colaboración para la gobernanza de la zona en el que participan las partes afectadas en el perfeccionamiento y aplicación de las políticas de desarrollo, creándose una nueva organización público privada que sustituyó a la anterior (Yüksel et al., 2005: 877). Posteriormente, este organismo se convirtió en el Fondo Mundial para la Naturaleza de Turquía, cuya participación fue debida a la preocupación sobre los impactos del turismo en la playa de Belek, ya que es un sitio importante de anidación para las tortugas marinas globalmente amenazadas.</p> <p>Los objetivos y actividades de Betuyab se llevan a cabo a través de la colaboración de los inversores, los habitantes locales, la asociación oficial (Belek Asociación de Inversores de Turismo), los establecimientos y los Ministerios competentes (Ministerio de Medio Ambiente, Ministerio de Turismo, Ministerio de Salud, Ministerio de Bosques, etc.), y son apoyados por los servicios de consultoría de varias universidades. El principal objetivo propuesto es establecer un “turismo sostenible” en Belek.</p>	

Fuente: Elaboración propia.

Cuadro 3. Gobernanza turística en Belek (conclusión)

Principios de buena gobernanza que cumple

Seguindo a Yüksel et al. (2005) se puede señalar que el ente encargado de la gestión (Betuyab) estaba integrado por entidades privadas, que no tenían en cuenta el *principio de participación*, ya que, aunque existe una descentralización de poder, no se crea un ente de gestión en el que participen todos los interesados, sino que parte de la gestión de Belek se lleva a cabo por empresarios que invierten en recursos turísticos del destino, siendo limitada la participación de los actores locales. El control y el poder está en manos de empresas e instituciones de fuera de la zona, creando malestar social entre la comunidad.

Por otro lado, el estudio de la zona determinó que esta entidad tenía el monopolio de los servicios turísticos y no tenía en cuenta a la población local. Asimismo, se señala que la rendición de cuentas es deficitaria. Por lo que esta entidad no cumplía con los principios de buena gobernanza en su gestión.

Posteriormente, surgió la Sociedad para la Protección de la Naturaleza de Turquía (DHKD), que estableció un plan de desarrollo de Belek basado en el uso físico y ecológico de la zona, abordando los problemas económicos, sociales y ambientales relacionados con el desarrollo turístico (*principio de visión estratégica*). Este plan permitía la participación de las partes afectadas en el establecimiento de las políticas de desarrollo del lugar y dio lugar a otro ente, formado por sector público y sector privado, que sustituyó al anterior (Betuyab), siendo, en este caso, el sector público el mayoritario.

Sin embargo, Yüksel et al. (2005) señalan que la aplicación del plan no se realizó de forma eficaz, existiendo falta de consenso en su desarrollo, debido a las diferencias en los valores y prioridades de los actores. Esta entidad carecía de la influencia política para desarrollar el plan y de recursos financieros para ello. Por otro lado, carecía de líneas claras de rendición de cuentas y de legitimidad como organismo de planificación. No cumple, por tanto, con los principios de buena gobernanza.

Fuente: Elaboración propia.

Cuadro 4. Gobernanza turística en Barcelona

Barcelona (España)

Es la principal ciudad de Cataluña y está situada a 166 Kms. de la frontera con Francia y a 120 Kms. del sur de los Pirineos⁷. Se encuentra delimitada por dos ríos: el Llobregat, por el sur, y el Besòs, por el norte. En la actualidad, tiene un total de 1.619.337 de habitantes.

Justificación

En Barcelona el turismo urbano se ha visto incrementado ampliamente en los últimos años, siendo éste uno de los pilares de la economía de la ciudad, lo que ha convertido a ésta en uno de los principales destinos turísticos urbanos internacionales, al recibir 7,4 millones de visitas en 2012 y 15 millones de pernoctaciones⁸. En 1993, se creó el Consorcio Turisme de Barcelona, a través de un acuerdo entre el sector público y privado de la ciudad. Este consorcio ha desarrollado y concretado varios programas para la promoción del turismo en la ciudad, convirtiendo al sector turístico en uno de los pilares económicos más importantes de Barcelona. Uno de los proyectos destacados llevado a cabo por el mismo es el Plan Estratégico 2010-2015, encargado por el Ayuntamiento de Barcelona. El plan intenta establecer la bases de un modelo turístico que potencia el equilibrio entre los residentes y los visitantes a la ciudad, preservando los valores de identidad y convivencia en la misma, y fijar actuaciones que han de realizar los actores públicos y privados del sector turístico, con el fin de garantizar la sostenibilidad y el éxito en un futuro.

Estructura económica

Respecto a la actividad económica de Barcelona, prevalece el sector servicios, con un total de 114.800 empresas, seguido por el sector comercial, con 35.569 empresas, del sector de la construcción, con 18.851 empresas, y del sector industrial, con 7.592 empresas.

Respecto al turismo, Barcelona es un importante y dinámico destino turístico. Este ha protagonizado un crecimiento elevado en los últimos años. Los datos proporcionados por el Anuario Estadístico de la ciudad de Barcelona (2013)⁹ así lo reflejan, con un número de 7.440.113 turistas y 15.931.932 de pernoctaciones en 2012.

Forma de organización del ente de gestión

El Consorcio Turisme de Barcelona¹⁰ fue creado en 1993 por el Ayuntamiento de Barcelona, la Cámara Oficial de Comercio, Industria y Navegación de Barcelona y la Fundación Barcelona Promoció. Su objetivo es promocionar Barcelona como destino turístico, teniendo en cuenta para ello el trabajo realizado por el Patronato Municipal de Turismo desde 1981. Tiene tres objetivos clave: i) Consolidar el turismo ya existente; ii) Atraer nuevo turismo; y iii) Rentabilizar la oferta comercial de Barcelona.

Sus ingresos proceden del Ayuntamiento y de la Cámara de Comercio, Industria y Navegación, aunque, actualmente, una parte importante de su financiación procede de recursos propios (Vera et al., 2011).

El Consorcio ha tenido en cuenta los distintos aspectos del turismo, de ahí que haya adoptado diferentes líneas estratégicas: turismo cultural, el turismo de reuniones, cruceros, la oferta de shopping, el turismo gastronómico, el turismo deportivo, y el turismo de alta gama. Trabaja con diferentes programas, dependiendo de las distintas líneas estratégicas. En cada uno de ellos participan numerosos actores, en función de las cuotas a aportar. Son empresas y entidades privadas que trabajan en temas específicos.

Fuente: Elaboración propia.

Cuadro 4. Gobernanza turística en Barcelona (conclusión)

Principios de buena gobernanza que cumple

En la realización de la gestión turística de Barcelona, el Consorcio de Turismo de Barcelona tiene en cuenta la aplicación de diferentes principios de la buena gobernanza¹¹.

Las líneas generales de actuación de cada año se recogen en la Hoja de ruta que resume la confirmación real del modelo público privado del ente, (50% del sector público y 50% del sector privado) a pesar de esta paridad, el sector público ha cedido liderazgo ejecutivo al sector privado.

Aquí habría que tener en cuenta lo señalado en el Plan Estratégico de Turismo de Cataluña 2015, según el cual, en Cataluña existen diversos aspectos que influyen en el modelo turístico a desarrollar, entre los que se encuentran: la concurrencia competencial en materia de turismo entre diferentes administraciones en un mismo territorio, la representación del sector concentrada en unos actores que no son suficientemente representativos o una cultura de baja colaboración entre sector público y sector privado.

De otro lado, el Consorcio de Turismo de Barcelona ha elaborado el Plan estratégico de la ciudad 2010-2015, abriendo un camino de reflexión sobre el modelo de turismo que ha de prevalecer en la misma y que ha de fijar estrategias para mantener o incrementar el interés de los ciudadanos, los sectores económicos, las instituciones y los visitantes de la ciudad, manteniendo los valores y la identidad de Barcelona, respetando el patrimonio natural y cultural, así como la conservación de las tradiciones locales. Desde este punto de vista, se puede afirmar que en su gestión tiene en cuenta el *principio de visión estratégica*, puesto que se tiene una perspectiva amplia y la comprensión de la realidad de la ciudad para establecer las estrategias a seguir; y *el de capacidad de respuesta*, puesto que con su actuación pretende servir a todos los interesados.

Asimismo, existen mecanismos de participación que involucran a los diferentes actores para el establecimiento de líneas de actuación (*principio de orientación al consenso*) y se realizan encuestas a los ciudadanos con el objetivo de analizar la percepción que éstos tienen del turismo y determinar si se muestran favorables a la actividad turística existente en la ciudad. Pero no se observa la existencia de ningún mecanismo que permita a la población afectada proponer actuaciones a llevar a cabo. Tampoco se observa que exista representación de la población a través de asociaciones legítimas representativas de éstos, que establezcan sus puntos de vista y permita que se defiendan sus intereses.

Por tanto el *principio de participación* se recoge con ciertas restricciones, al igual que el *principio de orientación al consenso* y el de *equidad*.

Respecto al *principio de rendición de cuentas*, el Consorcio rendirá cuentas anualmente a la Cámara de Cuentas y la liquidación de presupuesto es publicada en la Memoria que, también, anualmente, realiza el mismo.

Y, en lo que respecta al *principio de imperio de la ley*, el Consorcio se atiene a lo establecido en la legislación aplicable en su actuación.

Por último, señalar que este ente realiza su actuación de forma *eficaz y eficiente*, ya que se ha puesto de manifiesto que su gestión ha llevado a un incremento de la actividad turística en la ciudad, consiguiendo generar unos ingresos propios superiores al 93% de su presupuesto, llegándose a alcanzar en 2012 el número de 15.931.932 pernoctaciones, logrando el porcentaje del 77,04% de ocupación en habitaciones de hotel.

Fuente: Elaboración propia.

Cuadro 5. Gobernanza turística en Tierras de José María El Tempranillo

Tierras de José María El Tempranillo (Andalucía, España)

Proyecto de desarrollo turístico local¹² implantado en los municipios de Alameda, Badolatosa, Corcoya, Casariche, Benamejí, Jauja y Palenciana, cuyo eje temático es el bandolerismo en Andalucía en el siglo XIX, especialmente la figura de “El Tempranillo”.

Justificación

El objetivo inicial era el desarrollo turístico de estos municipios mediante la en valor sus recursos endógenos, y evitando la dependencia de recursos externos. Se planteó, además, que la población local tuviera un papel fundamental en el diseño y ejecución de las acciones que se implantaran (Zamora y Merinero, 2003).

En 1998, se constituyó la Fundación para el Desarrollo de los Pueblos de la Ruta del Tempranillo, al objeto de consolidar un destino turístico original, de calidad y con una oferta cultural, histórica, medioambiental y de servicios turísticos. La Fundación desarrolló todas las actuaciones necesarias para poner en valor las potencialidades del territorio y lograr la consolidación de la oferta turística de la zona, convirtiéndose en uno de los motores del desarrollo de las localidades implicadas (López et al., 2006; Zamora y Merinero, 2003).

Al proyecto se han incorporado la gran mayoría de los empresarios turísticos de los municipios, a través del Centro de Dinamización Rural José M^a “El Tempranillo”, y los agentes sociales. Con ello, se pretendía unir esfuerzos para alcanzar objetivos comunes.

Estructura económica

La economía de la zona se basa, principalmente, en la agricultura y ganadería, sectores en los que trabaja la mayor parte de la población, seguidos del sector servicios, industria y construcción (C.E.D.I.R., 2007; Fundación para el Desarrollo de los Pueblos de las Tierras de José María Tempranillo, 2013), con tasas de desempleo del 24%.

El turismo rural se plantea como un instrumento de diversificación de la economía de estos municipios, de promoción de su territorio y de freno de su despoblación. La actividad turística ha experimentado un incremento durante los últimos años, disponiendo de numerosos puntos visitables e importante oferta complementaria, sobre todo en el ámbito de la restauración, que cuenta con 15 establecimientos.

Forma de organización del ente de gestión

La gestión de este destino turístico se realiza a través de la Fundación, cuya misión es coordinar y garantizar la ejecución efectiva de las actuaciones del Proyecto de Desarrollo Turístico Ruta, adhiriéndose más tarde los Ayuntamientos de Casariche, Palenciana y Banamejí. El 100% del capital es público. Los objetivos de la Fundación son la promoción de la cultura, el fomento del empleo y la promoción del turismo rural¹³.

El Patronato lo forman los alcaldes de los seis municipios integrantes de la Ruta del Tempranillo, un representante de la Diputación de Córdoba y otro representante de la Diputación de Sevilla. Otro órgano de ésta es la Comisión Ejecutiva, que está formada por los seis alcaldes.

En 2007, se reactiva el Centro de Dinamización Rural José M^a “El Tempranillo”, asociación creada en 1996, en la que se inscribieron todos los organismos públicos del territorio, la mayor parte de los empresarios turísticos de los municipios y el sindicato CCOO. En este caso, el 95% del capital es privado y un 5% es público. La Asamblea General del Centro de Dinamización está compuesta por todos los socios, mientras que componen la Junta Directiva los seis alcaldes, tres representantes de los empresarios, representantes sindicales y un representante de la Fundación Ruta del Tempranillo. Se observa, no obstante, que no hay representación de la población local. Este ente tiene como objetivos: i) Comercialización turística del destino y ii) Gestión integral del producto turístico.

Fuente: Elaboración propia.

Cuadro 5. Gobernanza turística en Tierras de José María El Tempranillo (conclusión)

Principios de buena gobernanza que cumple

La puesta en marcha de esta iniciativa se realizó con la participación y el consenso de los seis Ayuntamientos y la colaboración de la iniciativa privada, los agentes económicos y colectivos sociales de la zona (empresarios y sindicatos) (C.E.D.I.R., 2007; Zamora y Merinero, 2003). Mediante ésta, se establecieron las necesidades a cubrir y los proyectos concretos a desarrollar (*principio de visión estratégica*).

Esta participación se realizó mediante talleres de trabajo con empresarios y asociaciones de cada municipio. Además, se celebraron reuniones con los representantes municipales, destacando su buena disposición e implicación. Los empresarios, los actores sociales y económicos trabajan coordinadamente para elaborar propuestas, creando los servicios necesarios que demanda el destino turístico (*principios de participación y de capacidad de respuesta*). Los proyectos son aprobados por todos, y para todos, los actores socioeconómicos de la zona (*principio de equidad y principio de orientación al consenso*), aprovechándose así las competencias y capacidades de cada uno, y dando lugar a una mayor eficacia y eficiencia en la ejecución de los proyectos. Una particularidad de la gestión de este destino es que cada actor desempeña el rol para el que tiene competencia, lo que proporciona una ventaja competitiva en la gestión del mismo, ya que se lleva a cabo por todos los actores (*principio de eficacia y eficiencia*). Todos participan en la toma de decisiones, en el establecimiento de actuaciones, de priorizaciones temporales y de proyectos, mediante una Asamblea General y una Junta Directiva. Tras la adopción de acuerdos, cada actor actuará en su competencia sobre lo acordado por todos.

Se fijan mecanismos de control para asegurar la ejecución de los proyectos. Estos mecanismos se intensifican al incorporar la iniciativa privada, lo que garantiza que los fondos son utilizados para la ejecución de los proyectos indicados, rentabilizándose así las inversiones público-privadas realizadas¹⁴ (*principio de rendición de cuentas y principios de eficacia y eficiencia*). Sin embargo, el establecimiento del plan de trabajo (fecha prevista de inicio y finalización de proyectos, personas e instituciones implicadas en cada proyecto, objetivos, resultados, etc.) y la elaboración de informes sobre la ejecución de los proyectos, corresponden a la gerencia, participando los actores implicados solamente en las consultas y toma de decisiones que se deriven de estos documentos.

El seguimiento de la ejecución del programa se realiza a través de un Consejo General, que se reúne anualmente y que está compuesto por todos los miembros de la entidad promotora, y a través de un Comité de Seguimiento General, que se reúne semestralmente para evaluar el seguimiento general del programa y que está formado por un representante de cada miembro de la entidad promotora. Se establece, asimismo, una evaluación interna, realizada por los agentes sociales, instituciones públicas, iniciativa privada y organismos que estén implicados, y una evaluación externa, realizada por agentes no implicados en el desarrollo del programa.

Existen unos Estatutos aprobados por todos, que incluyen los organismos encargados de la gestión del destino, funciones de los cargos, sistema de inclusión de nuevos socios y régimen de sanciones de los mismos para el caso de que se incumplan las normas establecidas¹⁵ (*principios de imperio de la ley y de rendición de cuentas*).

Se realizan actuaciones de sensibilización y promoción encaminadas a un entendimiento y conocimiento de todos los agentes del territorio y de la población local. Se utilizan distintos medios de comunicación (radio y prensa), se realizan jornadas de sensibilización, creación de página web, etc. (*principio de transparencia*).

Por último, señalar que, aunque sí se realizan actuaciones para proporcionar información a los ciudadanos sobre los proyectos desarrollados, no se establecen mecanismos para atender las quejas y reclamaciones de los mismos, ni mecanismos para obtener sus opiniones sobre los proyectos ejecutados en el destino.

Fuente: Elaboración propia.

Cuadro 6. Gobernanza turística en Pueblos Mágicos

Pueblos Mágicos (México)	El programa Pueblos Mágicos es desarrollado por la Secretaría de Turismo (SECTUR), en colaboración con otras instituciones gubernamentales estatales y locales, con el fin de convertir el turismo en una herramienta de desarrollo de las localidades incluidas (INAFED, 2008). En la actualidad (marzo 2014), México cuenta con cincuenta y cinco municipios reconocidos como "pueblo mágico" ¹⁶ .
---------------------------------	---

Justificación

El programa Pueblos Mágicos¹⁷ tiene por fin revalorizar un conjunto de poblaciones del país que representan una alternativa diferente para los visitantes turísticos. Un pueblo mágico es "una localidad que tiene atributos simbólicos, leyendas, historia, hechos trascendentes, cotidianidad, en fin MAGIA que emana en cada una de sus manifestaciones socio-culturales, y que significan hoy en día una gran oportunidad para el aprovechamiento turístico" (INAFED, 2008:105; 2013: 479).

Entre sus objetivos, están resaltar el valor turístico de localidades del interior de país, basado en sus atributos histórico-culturales, y estructurar una oferta turística innovadora y original, poniendo en valor, consolidando y reforzando los atractivos de las localidades con potencial y atractivo turístico (INAFED, 2008, 2013; SECTUR, 2009; Velázquez, 2012).

Se trata de aprovechar las singularidades de estas localidades para la creación de productos turísticos, convirtiendo el turismo local en una herramienta de desarrollo sostenible de dichas localidades, buscando, además, que la población local se beneficie del turismo como opción de negocio, trabajo y forma de vida.

Entre los requisitos exigidos para la incorporación a este programa, destacan el compromiso con la sociedad local, el compromiso de las autoridades estatales y municipales, la existencia de un instrumento de planificación que considere el turismo como estrategia para el desarrollo local, contar con instrumentos de planificación y regulación, impulso al desarrollo municipal, oferta de servicios y atractivos turísticos, valor singular (la magia de la localidad), condiciones y espacios territoriales accesibles, sistema de información turística y desarrollo de capacidades locales (SECTUR, 2009).

Estructura económica

Son, por lo general, poblaciones rurales con actividades económicas agrarias y pecuarias, que cuentan con recursos y patrimonio histórico, cultural y ambiental, lo que les ha permitido modificar su perfil productivo local, aprovechando estos recursos para introducir el turismo (Hoyos y Hernández, 2008). La oferta turística es muy variada, ya que hay destinos que cuentan con un solo hotel y ningún restaurante con calidad turística y otros que tienen 439 hoteles y 40 establecimientos de restauración de calidad. La estancia media registrada oscila entre localidades que son de excursión (que no registran ninguna pernoctación) y localidades en las que la estancia asciende hasta cuatro noches por turista (Rodríguez, 2012).

Forma de organización del ente de gestión

La sociedad civil, en su conjunto, o mediante una representación civil, solicita la incorporación al programa, comprometiéndose a constituir un Comité Turístico Pueblo Mágico, o algún otro organismo, asociación civil o grupo a favor del pueblo mágico, que represente a la comunidad ante las autoridades gubernamentales (Madrid, 2013; Rodríguez, 2012; SECTUR, 2009).

Este Comité nombra un interlocutor entre la comunidad y las autoridades de los tres niveles gubernamentales, asumiendo funciones de conductor de ideas, proyectos y prioridades (INAFED, 2008, 2013; Madrid, 2013; Rodríguez, 2012; SECTUR, 2009). Dicho Comité debe disponer de un plan de actuación anual. Igualmente, nombra un Presidente, que será de representación social, y un Secretario, que será representante de la dependencia estatal de turismo o de la autoridad local.

El objetivo fundamental del Comité es el seguimiento permanente del programa. Está formado, como máximo, por diez representantes con voz y voto. Además, a las reuniones podrá asistir un representante de SECTUR, con voz y voto. Asimismo, podrán asistir ciudadanos (un máximo de cinco), que se considerarán invitados y que tendrán voz, pero no voto. Este Comité tendrá un mínimo de tres reuniones al año, en las que se discutirán los avances del plan de trabajo del Comité y de los proyectos realizados en la localidad como parte del apoyo al desarrollo del programa Pueblos Mágicos.

Por otro lado, se realizarán Convenios de Coordinación en Materia de Reasignación de Recursos entre el gobierno estatal y la Secretaría de Turismo, cuyo objetivo es compartir recursos económicos para la realización de obras, sobre todo, de infraestructuras y equipamiento, y que tienen como finalidad el fortalecimiento de la competitividad de estos destinos turísticos (Madrid, 2013; SECTUR, 2009).

Fuente: Elaboración propia.

Cuadro 6. Análisis de la gobernanza turística en Pueblos Mágicos (conclusión)

Principios de buena gobernanza que cumple

Según Madrid (2013), se observan características suficientes para considerar el programa Pueblos Mágicos como una experiencia realizada dentro del marco de la gobernanza. No obstante, un análisis más pormenorizado de los principios de buena gobernanza lleva a plantear ciertas objeciones. De hecho, el *Dictamen Técnico de la Evaluación de Indicadores del Programa Pueblos Mágicos Desarrollo Estratégico*, realizado en 2008 (citado por Rodríguez, 2012: 135), señala que las localidades integrantes son heterogéneas y tienen diverso grado de desarrollo económico y social. De ahí que los resultados sean muy heterogéneos, existiendo municipios que tienen un alto desarrollo turístico y se involucran de manera importante con las exigencias del programa, mientras que otros tienen una escasa actividad turística y poco o nulo interés en el mismo.

El programa Pueblos Mágicos cuenta con un documento, denominado Reglas de Operación (SECTUR, 2009), que recoge los requisitos que las localidades deben cumplir para formar parte del mismo y las normas de funcionamiento del denominado Comité Turístico de Pueblos Mágicos (*principio de imperio de la ley*). Sin embargo, no se plantea ningún sistema de control de gestión de recursos, ni sobre los beneficios obtenidos con el desarrollo de los diferentes programas y proyectos a desarrollar (*principio de rendición de cuentas*).

Las Reglas de Operación exigen que los municipios aspirantes a integrarse en el programa cuenten con planes de desarrollo turístico en los que se reconozca al turismo como una estrategia para el desarrollo del municipio (*principio de visión estratégica*). Sin embargo, el *Dictamen Técnico* (realizado en 2008) evidenció que solo un 63% de los municipios participantes había elaborado un programa de desarrollo turístico. Un estudio posterior (Rodríguez, 2012), reflejó que el 75% de los integrantes del programa disponía de plan de desarrollo turístico.

Según el *Dictamen Técnico*, la coordinación institucional que requiere el desarrollo del programa es deficiente. Solamente el 69% de los pueblos cuenta con Comité Turístico Pueblos Mágicos (*principio de participación*), existiendo un 31% de localidades que no disponen de Comité o en las que, aunque éste existe, no funciona con regularidad. Por tanto, la participación social requerida por el programa no es tenida en cuenta.

Las Reglas de Operación (SECTUR, 2009) exigen la existencia de un Comité por destino, así como la creación de grupos de trabajo que induzcan la realización de programas de acción específicos. Rodríguez (2012) analiza tres “pueblos mágicos”, demostrando que existen casos en los que, para formar el Comité Turístico Pueblo Mágico, no se considera a todos los actores interesados; o bien, algunos participantes lo hacen a título personal, sin tener relación alguna con el sector turístico; o el Comité está formado por personas vinculadas con los principales sectores, pero no son representantes de gremios. Por tanto, el *principio de participación* es limitado.

Los Comités estarán formados por diez representantes. En caso de que se incluya un mayor número de participantes, éstos tendrán voz, pero no voto (SECTUR, 2009). En las sesiones podrán participar ciudadanos, aunque no más de cinco, que tendrán voz, pero no voto (*principios de equidad y de orientación al consenso*).

Para quienes auspician este programa, es más importante el crecimiento que el desarrollo, lo que ha llevado a relegar a la población local y la mejora de su calidad de vida (Rodríguez, 2012). Por tanto, hay limitación de los *principios de participación, de equidad, de capacidad de respuesta y de orientación al consenso*.

El *Dictamen Técnico* señala que el 74% de las localidades tienen algún portal de Internet, pero no hay homogeneidad en su presentación y calidad. Rodríguez (2012) considera que existe información turística, valorando sólo la mitad como profesional y eficiente y, en general, como escasa. No existen mecanismos de comunicación formalizados que ofrezcan información sobre los proyectos o resoluciones relacionadas con el desarrollo turístico (*principio de transparencia*).

Igualmente, hay dudas respecto al cumplimiento del *principio de eficacia y eficiencia*. Como plantea Rodríguez (2012), aunque el turismo se está incrementando en algunos destinos, las condiciones de vida de la población local no han mejorado significativamente, al producirse este proceso al margen de la población. Además, en algunos casos, no está claro que los planes y proyectos de desarrollo turístico sean fruto de procesos participativos, sino de un equipo central de consultores. La incorporación al Comité de Pueblos Mágicos de representantes institucionales puede ser un inconveniente, pues no siempre pueden trabajar con el mismo interés que los actores locales. Asimismo, en algunas de las localidades que forman parte del programa la falta de estructura mínima para recibir turistas está afectando a la calidad de la experiencia.

Fuente: Elaboración propia.

5. Conclusiones

El interés de la aplicación de la metodología de estudio de caso en este trabajo estriba en que, a través de la misma, se puede extraer información fundamental respecto a la utilización de la buena gobernanza en la gestión de los destinos turísticos, en base al análisis de las experiencias estudiadas, al examinarse la situación en su conjunto y dentro de su contexto. Se pretende una mejor comprensión de la situación actual respecto a la utilización de la gobernanza en la gestión del destino, lo que lleva a detectar los problemas existentes.

Prácticamente todos los casos analizados en este estudio reflejan, en mayor o menor medida, elementos de la buena gobernanza. Sin embargo, tras un análisis más detallado de los mismos, se observa que no en todos los destinos turísticos se cumplen todos los principios de buena gobernanza e, incluso, en algunos casos, dichos principios son tenidos en cuenta, pero de forma limitada. De ahí, que se pueda concluir que, a pesar de que en algunos casos la literatura científica habla de gobernanza en un destino turístico, o que determinados ámbitos internacionales premian a iniciativas que se consideran de buenas prácticas de gobernanza, la aplicación de la misma como herramienta en la gestión de los destinos es aún muy restringida. Se verifica, por tanto, la hipótesis que ha servido de base a esta investigación.

Cabe resaltar que este artículo forma parte de una investigación mucho más amplia, en la que, tras comprobar que la aplicación de la gobernanza en la gestión de los destinos turísticos es aún muy limitada, se ha planteado una propuesta metodológica que permite la aplicación de la buena gobernanza en un destino turístico con el objetivo de lograr la sostenibilidad del mismo. Dicha metodología está basada en la negociación entre los actores participantes en la gestión del destino turístico y en el respeto de los principios de buena gobernanza: participación, orientación al consenso, transparencia, equidad, eficacia y eficiencia, imperio de la ley, rendición de cuentas, capacidad de respuesta y visión estratégica.

El Cuadro 7 resume los casos señalados. Se desprende de su lectura que hay una tendencia a la colaboración público-privada en la gestión de los destinos. Destaca el hecho de que, en aquellos destinos cuya gestión turística se lleva a cabo a través de un ente público privado, se cumplen más principios de gobernanza (Valencia, Barcelona y Tierras de José María “El Tempranillo”). Mientras que, en los que optan por una gestión a través de solo lo público o una gestión a través de solo lo privado, o aquellos en los que la gestión se lleva a cabo a través de un ente público y participación limitada del sector privado, no

llegan a cumplir la mayor parte de los principios, pues ven restringida su actuación. Por tanto, la sinergia público-privado es un factor fundamental para fomentar la competitividad del turismo, e imprescindible para lograr que la gestión del destino sea eficaz y sostenible.

Por otro lado, apostar por lograr alcanzar la sostenibilidad en la gestión del destino influye en gran medida en el cumplimiento de los principios de buena gobernanza. Este es el caso de los destinos de Valencia, Barcelona y Tierras de José María “El Tempranillo”, que tienen como uno de sus objetivos lograr la sostenibilidad del destino, adoptando estrategias dirigidas a tal fin y cumpliendo muchos de los principios de buena gobernanza. Estos resultados contribuyen al debate abierto al respecto del papel de la gobernanza como facilitador del turismo sostenible (Albrecht, 2013; Beritelli, 2011; Bramwell y Lane, 2011; Dregde y Whitford, 2011; Ruhanen, 2013; entre otros). Los destinos del Programa Pueblos Mágicos de México, aunque en un principio tienen como objetivo alcanzar un desarrollo sostenible, se apartan del mismo a la hora de gestionar el turismo en las distintas localidades, dando mayor importancia al crecimiento que al desarrollo, por lo que no cumplen muchos de los principios de buena gobernanza.

Los principios que se recogen con mayor asiduidad son el principio de visión estratégica y el principio de participación. El primero aparece con frecuencia en la gestión de los diferentes destinos turísticos, ya que se establecen estrategias y medidas dirigidas al aumento y desarrollo del turismo en cada ámbito de actuación. Este principio aparece, en algunos casos, como el inicio de cierta colaboración entre el sector público-privado que ven necesario el establecimiento de medidas para realizar determinadas actuaciones en el destino: marketing y promoción del mismo, fundamentalmente, y que puede abrir el camino hacia la necesidad de una cooperación en otros ámbitos de gestión del destino. Por otro lado, el principio de participación, que se aprecia en la mayor parte de los casos, es limitado en algunos destinos, ya que no cuentan con la opinión de la ciudadanía, no disponiéndose de mecanismos para que los ciudadanos aporten ideas a la gestión.

En definitiva, del análisis de los casos planteados, se extrae que la metodología para aplicar la gobernanza en la gestión de los destinos turísticos debería de tener en cuenta que:

- 1) Es fundamental que uno de los objetivos a perseguir en la gestión del destino sea alcanzar la sostenibilidad de su desarrollo turístico.
- 2) Se ha de partir de un conocimiento exhaustivo de la realidad, con el objetivo de fijar estrategias

Cuadro 7. Resumen de casos sobre principios de buena gobernanza

Fuente	Caso de estudio	Razones que fundamentan su análisis	Principios que se cumplen
OMT	VALENCIA	Otorgadas por la OMT dos certificaciones importantes relacionadas con gobernanza: Certificación de la Organización Mundial del Turismo UNWTO – Sbest, excellende in Tourism Governance. Premio UNWTO Ulysses otorgado por la Organización Mundial del Turismo a la innovación en la gobernanza turística en 2009	Principio de participación (limitado). Principio de rendición de cuentas Principio de transparencia Principio de imperio de la ley Principio de eficacia y eficiencia Principio de visión estratégica.
Yüksel, Bramwell y Yüksel (2005)	BELEK (TURQUÍA)	Descentralización en la planificación de las políticas que permite: Una mayor participación de los actores. Una mayor eficiencia en la prestación de servicios.	Principio de participación (limitado) Principio de visión estratégica
D'Angella, De Carlo y Sainaghi (2010) Velasco (2008) Ayuntamiento de Barcelona (2013)	BARCELONA	Existencia del Consorcio Turisme de Barcelona, como organismo responsable de la promoción turística de la ciudad. Participación pública y privada a partes iguales.	Principio de visión estratégica Principio de capacidad de respuesta Principio de transparencia Principio de rendición de cuentas Principio imperio de la ley Principio de eficacia y eficiencia Principio de participación (limitado)
Elaboración propia	TIERRAS DE JOSÉ MARÍA “EL TEMPRANILLO”	Fundación para el Desarrollo de los Pueblos de la Ruta del Tempranillo en la que intervienen instituciones, agentes empresariales y sociales con el objetivo de crear un destino turístico original, de calidad y con una oferta cultural, histórica, medioambiental y de servicios turísticos.	Principio de visión estratégica Principio de transparencia Principio de rendición de cuentas Principio imperio de la ley Principio de eficacia y eficiencia Principio de equidad Principio de orientación al consenso Principio de participación (limitado)
Rodríguez (2012) Madrid (2013)	PUEBLOS MÁGICOS DE MÉXICO	Creación de un Comité Turístico Pueblo Mágico o algún otro organismo, asociación civil o grupo a favor del Pueblo Mágico, que representa a la comunidad ante las autoridades e instancias gubernamentales.	Principio de visión estratégica (limitado) Principio de transparencia (limitado) Principio de participación (limitado)

Fuente: Elaboración propia.

- y medidas acordes con la situación de partida, dándole el uso más eficiente posible a los recursos de los que se dispone.
- 3) Es necesaria la participación activa de todas las partes interesadas, con la intervención de forma equitativa de sector público y privado. Esta participación debe garantizar que, en el proceso de gestión, se “oigan todas las voces” y se tengan en cuenta todos los intereses, no solamente los de quienes dispongan de una posición ventajosa en el destino.
 - 4) Deben establecerse mecanismos que permitan la participación de los ciudadanos en el proceso, de los que carecen actualmente la mayor parte de los destinos. Hay que tener en cuenta que no solamente es importante que los ciudadanos del destino acepten las medidas a adoptar en el desarrollo del mismo, sino que, además, se ha de asimilar que los ciudadanos deben de participar en el establecimiento de dichas medidas:

mediante foros, aportación de opiniones a través de páginas web, etc.

- 5) Se han de crear mecanismos de consenso para el establecimiento de medidas que favorezcan a todos los interesados.
- 6) Se ha de tener en cuenta que, en el proceso de gestión del destino, debe de haber libre flujo de información para que todos los interesados puedan beneficiarse de las actuaciones desarrolladas.

Por último, señalar que, en el futuro, se abrirá una línea de investigación en la que se confrontarán los logros y aciertos de la gestión de los destinos turísticos en los que se cumplen un mayor número de principios de gobernanza, con los fracasos y errores de la gestión de los destinos turísticos que no tienen en cuenta ninguno, o solo alguno, de dichos principios.

Bibliografía

- Arzaluz S. (2005): "La utilización del estudio de caso en el análisis local", *Región y Sociedad* XVII(32): 107-144.
- Albrecht, J.N. (2013): "Networking for sustainable tourism – towards a research agenda", *Journal of Sustainable Tourism* 21(5): 639-657.
- Ayuntamiento de Valencia (2009): *Gestión de calidad en destinos turísticos. El caso de Valencia*. Disponible en: http://www.aec.es/c/document_library/get_file?p_l_id=33948&folderId=180078&name=DLFE-5513.pdf (Último acceso: 31/12/2013)
- Barbini, B., Biasone, A., Cacciutto, M., Castellucci, D., Corbo, Y., y Roldán, N. (2011): "Gobernanza y turismo: análisis del estado del arte". *Simposio Internacional Gobernanza y Cambios Territoriales: experiencias comparadas de migración de amenidad en las Américas*. Pucón, Chile. 20 al 22 de Octubre de 2011. Centro de Investigaciones Turísticas: 111-125. Disponible en: <http://nulan.mdp.edu.ar/1467/1/01281.pdf> (Último acceso: 15/10/2013).
- Beritelli, P. (2011): "Cooperation among prominent actors in a tourist destination", *Annals of Tourism Research* 38(2): 607-629.
- Bertucci, G. (2002). "Strengthening Local Governance in Tourism-Driven Economies". Statement prepared for the International Colloquium on Regional Governance and Sustainable Development in Tourism-driven Economies Strengthening. Cancun, Q.R., Mexico. Pág. 1-7. Disponible en: <http://unpan1.un.org/intradoc/groups/public/documents/un/unpan002859.pdf>. (Último acceso: 15/10/2013).
- Bonache, J. (1999): "Los estudios de casos como estrategia de investigación. Características, críticas y defensas", *Cuadernos de Economía y Dirección de la Empresa* 3: 123-140.
- Bramwell, B. (2011): "Governance, the state and sustainable tourism: a political economy approach", *Journal of Sustainable Tourism* 19(4-5): 459-477.
- Bramwell, B. y Lane, B. (2011): "Critical research on the governance of tourism and sustainability", *Journal of Sustainable Tourism* 19(4-5): 411-421.
- Bruyn, Ch. y Fernández, A. (2012): "Tourism Destination Governance. Guidelines for implementation". En Fayos-Solà, Eduardo (ed.): *Knowledge Management in Tourism: Policy and Governance Applications* (pp. 221-242), Bridging Tourism Theory and Practice. Vol. 4, Emerald Group Publishing Limited, Bingley.
- Centro de Dinamización Rural José M^a "El Tempranillo" (C.E.D.I.R.) (2007): *Programa de Turismo Sostenible: mejora del producto turístico de la ruta del Tempranillo*, Centro de Dinamización Rural José M^a "El Tempranillo", Jauja (Sevilla).
- Centro de Dinamización Rural José M^a "El Tempranillo" (C.E.D.I.R.) (2010): *Revista de la iniciativa de Turismo Sostenible Mejora del Producto Turístico Ruta del Tempranillo*. Tierras de José María el Tempranillo. N^o 0.
- Cerrillo A. (2005): "La gobernanza hoy: Introducción". En Cerrillo, A. (coord.): *La Gobernanza Hoy: 10 Textos de Referencia* (pp. 11-36). Madrid: Instituto Nacional de Administración Pública.
- D'Angella, F., De Carlo, M. y Sainaghi, R. (2010): "Archetypes of destination governance: a comparison of international destinations", *Tourism Review* 65: 61-73.
- Dregde, D. y Whitford, M. (2011): Event tourism governance and the public sphere", *Journal of Sustainable Tourism* 19(4-5): 479-499.
- Duran, C. (2013): *Governance for the tourism sector and its measurement*. UNWTO. Statistics and TSA. Issue Paper Series. STSA/IP/2013/01. Disponible en: <http://statistics.unwto.org/en/content/papers> (Último acceso: 04/04/2014).
- Eagles P. (2008): *Investigating governance within the management models used in park tourism*. Paper presented to the Tourism and Travel Research Association Canada Conference October 15 to 17: 1-11. Disponible en: <http://www.ahs.uwaterloo.ca/~eagles/documents/EaglesPaperonGovernanceofParkTourism.pdf> (Último acceso: 31/12/2013).
- Edgar, L., Marshall, C. y Bassett, M. (2006): *Partnerships: putting Good Governance Principles in Practice*. Institute on Governance. Canadá. Disponible en: http://iog.ca/wp-content/uploads/2012/12/2006_August_partnerships.pdf (Último acceso: 15/10/2013).
- Fundación para el Desarrollo de los Pueblos de la Ruta del Tempranillo, (2013): *Instrumentos de gestión del destino de Tierras de José M^a El Tempranillo*. Seminario Certess. Granada. Disponible en: http://certess.culture-routes.lu/sites/.../3.%20Presentation_Tempranillo.pdf (Último acceso: 31/12/2013).
- George, A.L. y Bennett, A. (2005): *Case studies and theory development in the social sciences*, MIT Press, Cambridge, MA.
- Generalitat Valenciana, Instituto Valenciano de Tecnologías Turísticas (INVAT.TUR) (2010): *Plan Estratégico Global del Turismo de la Comunitat Valenciana 2010-2020*. Disponible en: <http://www.turisme.gva.es/openccms/openccms/turisme/es/files/pdf/planificacion/DocumentoBasePEGTCV.pdf> (Último acceso: 31/12/2013).

- Hoyos, G. y Hernández, O. (2008): “Localidades con recursos turísticos y el Programa Pueblos Mágicos en medio del proceso de la nueva ruralidad. Los casos de Tepetzotlán y Valle de Bravo en el Estado de México”, *Quivera* 10(2): 111-130.
- Instituto Federal para el Federalismo y el Desarrollo Municipal (INAFED) (2013): *Catálogo de Programa Federales para los municipios*, Secretaría de Gobernación. SEGOB. Disponible en: http://www.inafed.gob.mx/work/models/inafed/Resource/240/1/images/catalogo_programas_federales_2013.pdf (Último acceso: 31/12/2013).
- Kerimoglu, E. (2008): “Sustainable tourism development and a governance model for Frig Valley”, *ITU A/Z* 5(2): 22-43.
- King, G., Keohane, R.O. y Verba, S. (2000): *El diseño de la investigación social. La inferencia científica en los estudios cualitativos*, Alianza Editorial, Barcelona.
- Lanquar, R. y Rivera, M. (2010): “El proyecto “TRES” y la “Declaración de Córdoba” (España). Una apuesta por la articulación de estrategias de turismo responsable y solidario desde Europa”. *PASOS. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural* 8(4): 673-687.
- López, T., Lara F. y Merinero R., (2006): “Las rutas turísticas como motor de desarrollo económico local. La ruta del “Tempranillo”, *Estudios Turísticos* 167: 131-145.
- Madrid, F. (2009): “Aplicaciones de la Gobernanza en las PYMES para una Mejor Toma de Decisiones en la Industria Turística. El Sistema DATATUR México”. *Primera Conferencia Internacional sobre la Medición y el Análisis Económico del Turismo Regional*. Donostia-San Sebastián (España), 27-28 Octubre 2009: 1- 11. Disponible en: http://www.sansebastianconference.com/es/downloads/papers/s1/CriticalContribution_FranciscoMadrid.pdf (Último acceso: 15/10/2013).
- Madrid, F. (2013): *La gobernanza en turismo como un factor para alcanzar destinos turísticos exitosos: el caso de Los Pueblos Mágicos de México*. Tesis dirigida por Félix Tomillo Noguero. Universidad Antonio Nebrija. Madrid.
- Mayntz, R. (2005): “Nuevos desafíos de la teoría de la governance”. En Cerrillo, A. (coord.): *La Gobernanza Hoy: 10 Textos de Referencia* (pp. 83-98). Madrid: Instituto Nacional de Administración Pública.
- Merinero, R. y Zamora, E. (2009): “La colaboración entre los actores turísticos en ciudades patrimoniales. Reflexiones para el análisis del desarrollo turístico”. *PASOS. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural* 7(2): 219-238.
- Morra, L.G. y Friedlander, A.C. (2001): *Evaluaciones mediante estudios de caso*, Departamento de Evaluación de Operaciones del Banco Mundial, Washington, D.C.
- Nordin S. y Svensson B. (2007): “Innovative destination governance. The Swedish ski resort of Åre”. *Entrepreneurship and Innovation* 8(1): 53-66.
- Nordin S. y Svensson B. (2005): *The significance of governance in innovative tourism destinations*, European Tourism Research Institute, Östersund.
- Organización Mundial del Turismo – OMT (2001): *Cooperación entre los sectores público y privado. Por una mayor competitividad del turismo*, OMT, Madrid.
- Organización Mundial del Turismo – OMT (2010): *Proyecto de gobernanza para el sector turismo. Informe Ejecutivo*. Estadísticas y Cuentas Satélite de Turismo, OMT, Madrid.
- Programa de Naciones Unidas para el Desarrollo – PNUD (1994): *PNUD (1994). Good governance-and sustainable human development*. Disponible en: <http://mirror.undp.org/magnet/policy/chapter1.htm> (Último acceso: 23/08/2013).
- Poleo, J. (2011): *Gobernanza Turística y gestión de microdestinos. El Papel del Consorcio Isla Baja (Tenerife)*. Disponible en: <http://www.slideshare.net/javierpoleo/proyecto-fin-demasterjavierpoleo> (Último acceso: 31/12/2013).
- Pulido, J.I., (2010). “Las partes interesadas en la gestión turística de los parques naturales andaluces. Identificación de interrelaciones e intereses”, *Revista de Estudios Regionales* 88: 147-175.
- Pulido, M.C y Pulido, J.I (2013): “Destinos turísticos. Conformación y modelos de gobernanza”. En Pulido J.I y Cárdenas P.J. (coord.): *Estructura económica de los mercados turísticos* (pp. 179-204), Síntesis, Madrid.
- Pulido, M.C., López, Y. y Pulido, J.I (2013): “Methodological proposal for the incorporation of governance as a key factor for sustainable tourism management: The case of Spain”, *International Journal of Humanities and Social Science* 3(15): 10-24.
- Rodríguez, I.M. (2012): *La construcción de capital social y sus implicaciones en la gestión de destinos turísticos. El caso del Programa Pueblos Mágicos de México*. Tesis doctoral dirigida por Juan Ignacio Pulido Fernández. Universidad Antonio de Nebrija. Madrid.
- Ruhanen, L. (2013): “Local government: facilitator or inhibitor of sustainable tourism development?”, *Journal of Sustainable Tourism* 21(1): 80-98.

- Secretaría de Turismo Estados Unidos Mexicanos (SECTUR) (2009): *Pueblos Mágicos. Reglas de Operación*. Disponible en: http://www.sectur.gob.mx/work/models/sectur/Resource/99fbd793-a344-4b98-9633-78607f33cb8f/Reglas_de_operacion.pdf (Último acceso: 31/12/2013)
- Secretaría General de Turismo (2008): *Modelos de gestión turística local. Principios y prácticas*. Federación Española de Municipios y Provincias y Secretaría General de Turismo. Madrid.
- Song, H., Liu, J. y Chen, G. (2013): "Tourism value chain governance: Review and Prospects", *Journal of Travel Research* 52(1): 15-28.
- Sustainable Development Solutions Network (2013): *Una agenda de acción para el desarrollo sostenible*. Disponible en: <http://unsdsn.org/files/2013/06/130628-Una-Agenda-de-Acci%C3%B3n-para-el-Desarrollo-Sostenible-A4.pdf> (Último acceso: 04/10/2013).
- Velasco, M. (2008): "Gestión de destinos: ¿Gobernabilidad del turismo o gobernanza del destino?". En *Actas de XVII Simposio Internacional de Turismo y ocio*, ESADE, Barcelona. Disponible en: <http://www.esade.edu/cedit/pdfs/papers/pdf5.pdf> (Último acceso: 24/04/2013).
- Velasco, M. (2010): "El papel del conocimiento en los nuevos modelos de gobernanza turística regional y local". En Antón, S. (ed.): *Conocimiento, creatividad y tecnología para un turismo sostenible y competitivo*. Actas del XII Congreso de la Asociación Española de Expertos Científicos en Turismo, Tarragona: 131-140.
- Velázquez, M.A. (2012): "Los imaginarios del desarrollo turístico: el Programa Pueblos Mágicos en ciudades y comunidades pequeñas de México", *Revista de Arquitectura, Urbanismo y Ciencias Sociales* III(2): 1-23.
- Vera, J.F., López, F., Marchena, M. y Antón, S. (2011): *Análisis territorial del turismo y planificación de destinos turísticos*, Editorial Tirant Lo Blanch, Valencia.
- Whittingham, V. (2002): "Aportes de la teoría y la praxis para la nueva gobernanza". En *VII Congreso Internacional del CLAD sobre la Reforma del Estado y de la Administración Pública*, Lisboa. Portugal. Disponible en: <http://unpan1.un.org/intradoc/groups/public/documents/CLAD/clad0043406.pdf> (Último acceso: 16/10/2013).
- Villareal, O. y Landeta, J. (2010): "El estudio de casos como metodología de investigación científica en dirección y economía de la empresa. Una aplicación a la internacionalización", *Investigaciones Europeas de Dirección y Economía de la Empresa* 16(3): 31-52.
- Yacuzzi, E. (2005): "El estudio de caso como metodología de investigación: teoría, mecanismos causales, validación". *CEMA Working Papers: Serie Documentos de Trabajo*. 296, Universidad del CEMA, Buenos Aires (Argentina).
- Yin, R.K. (1994): *Case Study Research: Design and Methods*, Sage Publications, Thousand Oaks, CA.
- Yüksel, F., Bramwell, B. y Yüksel, A. (2005): "Centralized and decentralized tourism governance in Turkey", *Annals of Tourism Research* 32(4): 859-886.
- Zamora E. y Merinero R. (2003): "Patrimonio cultural, turismo y desarrollo endógeno. El caso de La Ruta del Tempranillo". En Nogués, A.M. (coord.): *Cultura y turismo* (pp. 83-109), Signatura Ediciones, Sevilla.

Páginas Web Consultadas

- Belek (Antalya, Turquía)
<http://translate.google.es/translate?hl=es&sl=en&u=http://www.antalya.org/listingview.php%3FlistingID%3D146&prev=/search%3Fq%3Dantalya%2Bbelek%2Bturquia%26biw%3D982%26bih%3D602> (Último acceso: 2/10/2013).
- Anuario Estadístico de la Ciudad de Barcelona
<http://www.bcn.es/estadistica/castella/dades/anuari/cap13/index.htm> (Último acceso 19/12/2013).
- Asociación de Inversores de Turismo Belek (Betuyab)
<http://www.betuyab.com.tr> (Último acceso: 2/10/2013).
- Ayuntamiento de Barcelona
<http://www.bcn.es/castella/laciutat/barcelona/> (Último acceso: 19/12/2013).
- Ayuntamiento de Valencia
<http://www.valencia.es/ayuntamiento> (Último acceso: 19/10/2013).
- <http://www.valencia.es/ayuntamiento/laciudad.nsf/vDocumentosTituloAux/act%20economica%20contenido?opendocument&lang=1&nivel=2%5f2> (Último acceso: 19/10/2013).
- Barcelona Turisme
<http://www.barcelonaturisme.com> (20/12/2013).
- Estatutos de la Fundación para el Desarrollo de Pueblos de la Ruta del Tempranillo
<https://sedeelectronica dipusevilla.es/opencms/opencms/porta1/.../01.pdf> (Último acceso: 31/12/2013).
- Fundación Turismo Valencia
<http://www.turisvalencia.es/es/turismo-valencia-convention-bureau> (Último acceso: 19/10/2013).
- Fundación Turismo Valencia (2012): *Memoria de actividades 2012. Turismo Valencia*. Disponible en: <http://www.turisvalencia.es/es/turismo-valencia-convention-bureau/publicaciones/memoria-actividades> (Último acceso: 19/10/2013).
- Fundación Turismo Valencia (2013): *Plan de actuaciones 2013*. Disponible en: http://www.turisvalencia.es/admin/ftpestudios/tvcb_plan_actuaciones2013.pdf (Último acceso: 22/10/2013).
- Instituto de Estadística y Cartografía de Andalucía. SIMA

<http://www.juntadeandalucia.es/institutode-estadisticaycartografia/sima> (Último acceso: 31/12/2013).

Plan de Actuaciones Ciudad de Valencia

<http://www.turisvalencia.es/es/turismo-valencia-convention-bureau/plan-actuaciones> (Último acceso: 20/10/2013).

Plan Estratégico de la Ciudad de Barcelona

<http://www.turismebcn2015.cat/> (Último acceso 20/12/2013).

Secretaria de Turismo. Estados Unidos Mexicanos

http://www.sectur.gob.mx/es/sectur/sect_Pueblos_Magicos (Último acceso: 31/12/2013).

Tierras de José María El Tempranillo

<http://rutadeltempranillo.org> (Último acceso 22/12/2013).

Notes

- ¹ Citado Villareal y Landeta (2010: 34).
- ² <http://www.valencia.es/ayuntamiento/laciudad.nsf/vDocumentosTituloAux/act%20economica%20contenido?opendocument&lang=1&nivel=2%5f2> (Último acceso: 19/10/2013)
- ³ <http://www.turisvalencia.es/es/turismo-valencia-convention-bureau> (Último acceso: 19/10/2013).
- ⁴ Estatutos Fundación Turismo Valencia Convention Bureau.
- ⁵ <http://www.turisvalencia.es/es/turismo-valencia-convention-bureau/plan-actuaciones> (Último acceso: 20/10/2013).
- ⁶ <http://www.betuyab.com.tr>. (Último acceso: 2/10/2013).
- ⁷ <http://translate.google.es/translate?hl=es&sl=en&u=http://www.antalya.org/listingview.php%3FlistingID%3D146&prev=/search%3Fq%3Dantalya%2Bbelek%2Bturquia%26biw%3D982%26bih%3D602> (Último acceso: 2/10/2013).
- ⁸ <http://www.bcn.es/castella/laciutat/barcelona/> (Último acceso: 19/12/2013).
- ⁹ <http://www.bcn.es/estadistica/castella/dades/anuari/cap13/index.htm> (Último acceso 19/12/2013).
- ¹⁰ <http://www.bcn.es/estadistica/castella/dades/anuari/cap13/index.htm> (Último acceso 19/12/2013).
- ¹¹ <http://www.barcelonaturisme.com> (20/12/2013).
- ¹² Memoria 2012 de Turismo Barcelona. <http://www.barcelonaturisme.com> (Último acceso: 20/12/2013).
- ¹³ <http://rutadeltempranillo.org> (Último acceso: 22/12/2013).
- ¹⁴ Estatutos de la Fundación para el desarrollo de pueblos de la Ruta del Tempranillo.
- ¹⁵ Estatutos de la Fundación para el desarrollo de pueblos de la Ruta del Tempranillo.
- ¹⁶ <https://sedeelectronica.dipusevilla.es/opencms/opencms/porta/.../01.pdf> (Último acceso: 31/12/2013).
- ¹⁷ Las últimas incorporaciones se realizaron los días 22 y 23 de marzo y 14 de junio de 2012. Ver boletines de prensa 53, 55 y 111 de la SECTUR, disponibles en: http://www.sectur.gob.mx/es/sectur/sect_Boletines_de_Prensa
- ¹⁸ http://www.sectur.gob.mx/es/sectur/sect_Pueblos_Magicos (Último acceso: 31/12/2013).

Recibido: 04/04/2014
Reenviado: 10/05/2014
Aceptado: 11/05/2014
Sometido a evaluación por pares anónimos



SIMPÓSIO 7-8 nov'14

VINHO, PATRIMÓNIO CULTURAL E ENOTURISMO

Dia Internacional do Enoturismo • Auditório Municipal de Barcelos

Organização



INSTITUTO
UNIVERSITÁRIO
DA MAIA



Patrocínio Científico



Cofinanciamento



Apoios



La Ciudad suplantada. Percepciones sobre los nuevos imaginarios (turísticos) de la ciudad de Valencia

Beatriz Santamarina Campos*

Universitat de València (España)

Resumen: En las dos últimas décadas la ciudad de Valencia ha transfigurado su imagen de manera radical, cambiando su perfil urbano y presentándose al mundo con una nueva cara. En la apuesta por concurrir a los mapas globales de la excelencia turística, la nueva marca de ciudad lanzada al mercado, a través de tecnologías del marketing, ha eclipsado los referentes de identificación locales y ha puesto en jaque la sostenibilidad de la urbe. El giro ha sido notorio: de la Ciudad de las Flores hemos pasado a la Ciudad de las Artes y las Ciencias. En este contexto, este artículo explora cómo los ciudadanos perciben los cambios y los nuevos imaginarios de la capital valenciana a la luz de la crisis actual.

Palabras Clave: Valencia, turismo, ciudad, marca, imaginarios, percepciones.

One city replaced by another. Perceptions on the new imagined visions (touristic) of the city of Valencia

Summary: Over the past two decades, the city of Valencia (Eastern Spain) has undergone a radical change of image: its urban profile has been modified and it now faces the world with a new countenance. Moved by the race to leave its mark on the new global atlas of touristic excellence, the city has rebranded itself and has appealed to the markets using an array of new technological marketing tools and techniques; in the process, it has eclipsed the local distinguishing features and even posed a threat to urban sustainability. The move has been intense, with a shift from the City of Flowers to the City of Arts and Science. This article sets out to look at how people perceive the changes and the new imagined visions of the capital of the Valencia region in the light of the current crisis.

Key Words: Valencia, tourism, city, brand, imagined visions, perceptions.

1. Introducción. Valencia, en busca de la capitalidad perdida

Durante los veinte últimos años la ciudad de Valencia ha transformado su imagen de manera radical, cambiando su fisonomía urbana y presentándose bajo un nuevo decorado. Hasta tal punto que lejos queda la letra del éxito de José Padilla. Su pasadoble 'Valencia', que le hizo tanto a él como a la ciudad adquirir una extraordinaria popularidad, hoy ha sido reemplazado.

La primera marca turística oficial de la capital, atribuida a Galiana en 1929, 'Ciudad de las Flores', fue articulada sobre símbolos costumbristas que

han perdurado durante décadas (Puche y Obiol, 2011). Pero, sin duda, de aquella "Valencia, es la tierra de las flores, de la luz y del amor" hemos recorrido un largo camino hasta llegar a la Valencia galáctica, futurista y ultramoderna. Una Valencia que 'ha dado un salto milenarior', según publicita la agencia de turismo valenciano (*Tourist Info Valencia*), y que, en palabras de su alcaldesa, recupera la capitalidad perdida en el medioevo¹. De ahí el salto prodigioso, o la administración de la historia, para engrasar bien la maquina del *city-marketing*, donde las viejas y nuevas imágenes se entremezclan en una suerte de ficción

* Departamento de Sociología y Antropología Social. Universitat de València (España). Beatriz.Santamarina@uv.es

novelada, trazando puentes inverosímiles entre el pasado más lejano (la Valencia gótica, capital del mediterráneo) y el futuro más vanguardista (la Valencia cósmica, de la Ciudad de la Artes y las Ciencias).

En cierta medida ambos imaginarios nos hablan del trabajo practicado en la urbe, del despliegue de las tecnologías del marketing, que ha permitido mudar los elementos centrales del imaginario de la ciudad hasta transformar su *skyline*. Las torres góticas del *Miquelet* o *Santa Catalina*, junto con las puertas medievales de *Serrano* y *Quart*, han dejado paso al puente del *Assut de l'Or*, a la cúpula del *Hemisfèric*, al escenario inerte del *Palau de les Arts Reina Sofia* o al caparazón del *Àgora*, todos ellos situados en el complejo de la Ciudad de las Artes y las Ciencias (CAC). Y es que, de hecho, la CAC se ha tornado en la nueva marca de Valencia y representa el éxito institucional del *brand management*, es decir, de la política de gestión de marca llevada a cabo en los últimos años. Dicho éxito se refleja en su adopción como icono indiscutible de la ciudad (Rausell, 2010; Puche y Obiol, 2011). Nótese, por ejemplo, que todas las guías turísticas de la ciudad, sin excepción, llevan en la portada la CAC, siendo la portada el encapsulador por excelencia de la imagen de la ciudad que se quiere mostrar al mundo (Santamarina y Moncusí, 2013a). La CAC representa el triunfo de la mercantilización de, tan sencillas como complejas, estructuras simbólico-clónicas.

La creación de la marca CAC, bajo los parámetros de ser tan creativa como vendible, ha pasado a ocupar la centralidad de la agenda política de la ciudad (Seisdedos, 2006). Y recordemos que la marca o imagen, trabaja tanto para la identificación como para la diferenciación (Sáez, Mediano y De Eligarate, 2011), de ahí su importancia en la planificación estratégica. El objetivo, según apuntan algunos autores, era recuperar el viejo movimiento centrífugo que antes tenía Valencia como imán de atracción de la producción industrial (Prytherch, 2009; Prytherch y Boira, 2009). Así, la gestión de marcas y la creación de una imagen (*city branding*) se han convertido en el eje de la actuación urbana produciendo nuevas ficciones urbanas para entrar en un mercado turístico y financiero cada vez más competitivo (Bélanger, 2005; Bennet, 2005; Kavartzis y Ashworth, 2005).

En el caso valenciano, la aparición de organismos especializados en la investigación, la difusión y la promoción de la ciudad, como el *Centro de Estrategias y Desarrollo de Valencia* y *VCL Turismo Valencia*, ambos con capital mixto público-privado, responde a la política de conquista exhibida por sus administradores para colocar en la topografía global de la excelencia a la capital del Turia. Y,

en esa jugada, tanto el gobierno municipal como el autonómico, se ha decantado por la economía de los intangibles (Rausell, 2006). La apuesta por monumentales proyectos urbanos de arquitectos estrella (*archistar*) y la obsesión por ser sede de grandes eventos (*mega-events*), en su mayoría deportivos, han dado como resultado una nueva Valencia edificada a partir de un descomunal gasto público maridado con capital privado (Gaja, 2008; Díaz Orueta, 2009; Cucó, 2013; Santamarina y Moncusí, 2013b). El modelo adoptado no deja de ser una redefinición del paradigma del urbanismo empresarial (Harvey, 1989) que responde al nuevo modelo de urbanismo neoliberal denominado en lengua anglosajona como *New Urban Policy* (NUP) (Rodríguez y Vicario, 2005). Dicho modelo se resume en una sencilla fórmula: proyectos arquitectónicos+eventos+promoción.

Los resultados de este programa son notables en la ciudad levantina que ha visto cómo ha crecido en superficie, cómo ha cambiado su estructura y cómo ha mudado en sus imaginarios. En poco años Valencia se ha dotado de complejos y proyectos monumentales (CAC, Marina Real Juan Carlos I, Palacio de Congresos, *Veles e Vents*, etcétera), ha sido sede de las competiciones o encuentros más exclusivos (*America's Cup*, *Global Champions Tour*, *Valencia Street Circuit*, *Valencia Open 500*, *MTV Winter Festival*, *V Encuentro Mundial de la Familia*) y ha triplicado su oferta museística (Martí, 2010). En este sentido, la apuesta por un turismo de contenedores se ha consolidado en la proyección de la urbe.

A día de hoy, nadie pone en duda que el despliegue de efectos, arquitectónicos y mediáticos, efectuado en la capital del Turia ha transformado su imagen de manera considerable en el mundo. De hecho, esta metamorfosis explica que Valencia sea reconocida por la *European Cities Marketing* "como una de las 5 ciudades con turismo más desestacionalizado", mientras que la *International Congress & Convention Association* "la sitúa entre las 30 primeras ciudades en número de eventos, encontrándose por encima de Toronto, Dublín, Milán o Estrasburgo según la UIA (Union of International Association)" (Puche y Obiol, 2011:199). En este ranking, también podríamos añadir, como un termómetro muy significativo, que, en el 2011, la *Lonely Planet*, una de las mayores fábricas de conceptualizaciones en destinos turísticos, la colocó en el 'top 5' de las diez ciudades que no puedes dejar de visitar en el mundo.

Ahora bien, ¿Cómo han articulado los ciudadanos estas transformaciones urbanas en busca de catapultar su capital? ¿Cómo construyen los nuevos imaginarios puestos en circulación para la atracción turística? Algunos científicos sociales

señalan que el trabajo emprendido busca no solo situar a la ciudad en la geopolítica del mercado, sino que los ciudadanos apoyen y se reconozcan con el programa y la proyección (Kavaratzis, 2004; Kavaratzis y Ashworth, 2005; Bélanger, 2005; Bennet, 2005; Rausell, 2006). En este artículo, trataremos de acercarnos precisamente a ello, atendiendo a la forma en cómo se percibe la ciudad y la nueva vocación turística. Y, en esa aproximación, veremos cómo se han ido transfigurando las lógicas y los elementos identitarios de la urbe y cómo las nuevas activaciones patrimoniales provocan fracturas identitarias. El patrimonio urbano reducido a ‘consumo’ e insertado en las redes globales de producción mercantil impone nuevas versiones de identidad rentables. Tras esta introducción, realizamos una breve contextualización, desde una perspectiva diacrónica, sobre las transformaciones de las empresas e imaginario turístico de Valencia. Más tarde nos acercamos a cómo se analiza la construcción de la ciudad como objeto turístico. Para ello, en esta ocasión, nos aproximamos a las narrativas extraídas de cuatro grupos de discusión². A través de ellos queremos acercarnos a la forma en que nuestros informantes nos presentan sus figuraciones en torno a la urbe esperada, demandada e imaginada. Con esta técnica se buscaba una primera aproximación a las diferentes percepciones, expectativas y representaciones colectivas. Lógicamente tiene limitaciones y con ella no se pretendía una representatividad estadística, sino dibujar configuraciones sociales, teniendo en cuenta que el discurso de los informantes está moldeado socialmente. Por último, cabe reseñar que la realización de los grupos se inserta en una investigación más amplia sobre las transformaciones de la ciudad de Valencia³ y el resultado de los mismos se contrastó con la realización de 36 entrevistas. La comparación de las narrativas extraídas, de ambas técnicas, puso en evidencia un discurso bastante cristalizado en cuanto a la percepción de la ciudad y a las transformaciones sufridas en ésta durante los últimos años⁴.

2. Referentes turísticos en la promoción de la ciudad: de la Ciudad de las Flores a la Ciudad de las Artes y las Ciencias

A principios de siglo XX, la promoción turística pasó a estar en la agenda política del estado español (Cal, 2007). En este contexto, la celebración de la *Exposición Regional Valenciana* en 1909 buscó la proyección turística de Valencia⁵ (Obiol, 2009) a través de un gran evento que generara nuevas infraestructuras, negocios e imágenes. El acontecimiento no consiguió la atracción de los forasteros

esperada, en gran medida por la inestabilidad política del momento (Obiol, 1999) y por la falta de estructuras para hacer llegar y acoger a los visitantes⁶, pero cimentó parte del perfil de la ciudad al vincularse con la “tierra de las flores y de la alegría” (Martínez Gallego, 2010:176) y puede ser considerado el primer intento de promoción turística de la ciudad (Puche y Obiol, 2011). En cualquier caso, nos interesa señalar que la *Exposición Regional* fue un experimento novedoso, al intentar impulsar el turismo urbano a través de la publicidad y al ambicionar captar público y capitales con estrategias atractivas. Eventos, espectáculos deportivos (hípica, vela, automovilismo, etcétera), parque de atracciones, foros, promoción y construcción de imagen⁷ y voluntad de situarse con nombre propio entre las ciudades europeas, según prensa de la época, fueron elementos que estuvieron presentes en la Exposición de 1909 (Martínez Gallego, 2010). Y que, cien años después, salvando las distancias, siguen vigentes, con otro cariz e intensidad.

En 1997 el geógrafo Obiol alertaba sobre la falta de turismo urbano en la ciudad de Valencia y la necesidad de activarlo dado los problemas estructurales del modelo de turismo de “sol y playa” tan consolidado en la región levantina. En su artículo analizaba tanto los potenciales recursos turísticos de la urbe como sus debilidades realizando una radiografía sobre la misma. En él apuntaba que no había políticas para la promoción turística de Valencia, siendo una ciudad más de trabajo que de destino turístico y sólo rompiéndose esta tendencia en Fallas con la llegada de una horda de visitantes. La falta de infraestructuras y equipamientos, la escasez de un tejido comercial y poco competitivo y las deficiencias en los alojamientos, pese al crecimiento experimentado, eran señaladas como las principales dificultades para el despliegue turístico de la capital. En una breve síntesis, el autor indicaba que tras la celebración de la *Exposición Regional* se siguió con la inquietud por promocionar turísticamente la ciudad, pero no se consiguió el objetivo, en parte, por su posición de marginalidad en el estado español (Obiol, 1997)⁸. Durante el franquismo, se fomentó el turismo fallero por sus lazos con el ruralismo tradicional y como propaganda del régimen (Obiol, 2009)⁹. Y en la década de 1960, el turismo de ‘sol y playa’ caló con fuerza en las costas valencianas, dejando de lado la potencialidad de la urbe como espacio turístico. Hay que esperar a la llegada de la democracia, como señala Obiol, para ver un viraje hacia políticas turísticas que fueran más allá del carácter rural y festivo acuñado en el periodo anterior. En esta dirección se consiguieron pequeños avances “de ser almizcle y ramillete fragante de España se

paso a estar a la *lluna de València, la mar de bé*" (1997:13). Aún con todo, el autor señalaba que la ciudad en 1997 no había superado sus deficiencias y seguía imbuida en tópicos e imágenes de antaño. En su análisis, concluía que Valencia tenía una gran potencialidad como destino turístico, aunque sus recursos turísticos estaban infrautilizados. Su propuesta pasaba por promocionar, de un lado, las estancias cortas asociadas al ya turismo de sol y playa, y de otro, eventos internacionales para que Valencia fuera percibida como ciudad turística y dual "como centro de negocios y lugar de ocio" (1997:18).

Un año después de estas palabras comenzaba una carrera de vértigo hacia el título de ciudad espectacular y espectacularizada¹⁰. En 1998 se inauguraba el *Palau de Congressos* de Norman Foster, el *Hemisfèric de la CAC* y el *Institut Valencià d'Art Modern (IVAM)*; en 1999 lo hacía el Circuito de la Comunitat Valenciana Ricardo Tormo MotoGP y el *Museu de Ciències Naturals*; en el 2000 se abría *Museu de les Ciències Príncip Felip*; en el 2001 el *Museu Valencià de la Il·lustració i de la Modernitat (MUVIM)*; en el 2002 se aprobaba el proyecto Balcón al Mar y se estrenaba *L'Oceanogràfic* del complejo CAC; y, por fin, en el 2003, Valencia era elegida como sede de la regata con más prestigio en el ámbito internacional: la Copa América, a la vez que se inauguraba el *Museu d'Història de València* y el **reconvertido Mercado** modernista de Colón. Es decir, cinco años después de que Obiol realizará la radiografía de una Valencia turística raquítica, se emprendía una mutación, tan radical como veloz, y se apostaba por la "arquitectura de espectáculo" (Zamudio Vega, 2011), sintetizada ejemplarmente en la obra de de CAC de Calatrava, y por los eventos de gran proyección internacional. Así, como apuntan por algunos autores, se iniciaba el camino en el que "el Ayuntamiento, y por ende la Generalitat Valenciana intentaban distanciarse del folclore más reconocible y estereotipado referido a la cultura 'del sol y la playa' y la celebración más popular, las fallas" (Molla, 2011:8).

La Copa América, más conocida y publicitada como *America's Cup*, fue, de facto, la primera 'puesta de largo' para la ciudad de Valencia. Con la Copa, la capital del Turia ansiaba lanzar su marca y colocarse en el mercado, a la vez que buscaba el apoyo ciudadano a su nuevo proyecto. En este sentido, son interesantes los estudios sobre percepción y expectativas que se generaron en torno a este evento. Dos de ellos fueron realizados en el 2006, uno se focalizo en población general y apuntaba que las expectativas sobre el evento eran muy positivas en cuanto al turismo, desarrollo de infraestructuras y generación de riqueza (Sancho y García, 2007).

El otro se centró en las expectativas concretas de comerciantes y restauradores. En este caso, las conclusiones fueron que respecto al impacto general en la ciudad, se evaluaba positivamente en el mismo sentido que el estudio anterior (revitalizaría la urbe con desarrollo de infraestructuras, se produciría una mejora económica con un incremento de la riqueza y el empleo y las expectativas más altas se correspondían con la creencia de que se produciría un alto desarrollo del turismo) (Llopis, Calderón y Gil, 2009)¹¹. Por tanto, vemos como la valoración del evento fue positiva obteniendo así el apoyo social a la política iniciada. Del mismo modo si atendemos a la Encuesta sobre Percepción de Calidad de Vida y Futuro de la Ciudad, la satisfacción ciudadana en el 2005 era muy alta, el 83% de los ciudadanos estaban muy (48%) o bastante satisfechos (35%) con su ciudad, había un alto grado de identificación con la urbe y el 65% mostraba su confianza en que la ciudad mejoraría en los siguientes años (CEyD, 2005). Por último, si reparamos en los resultados de las elecciones municipales y autonómicas podemos ver como los ciudadanos han respaldado las políticas desplegadas ya que en las sucesivos plebiscitos el partido gobernante ha salido reforzado¹².

Pero, veamos a continuación, cómo los ciudadanos perciben hoy las transformaciones de la ciudad, resaltando tanto sus grandezas y como sus miserias, a la luz de la crisis económica. La posición discursiva de los informantes hace que su discurso sea dual: lo mismo le atribuyen espectacularidad, que le responsabilizan de la precariedad; lo mismo subrayan el protagonismo de la CAC que reclaman sus señas de identidad características. En cualquier caso, la narrativa referida a la urbe y el turismo, nos permite observar cómo se articula este binomio complejo en el contexto de crisis actual.

3. Valencia: del ostracismo a la Lonely Planet

En todos los grupos realizados la imagen de una nueva ciudad turística y la llegada del turismo ha sido reconocido como uno de los grandes cambios que ha sufrido Valencia. El proceso de turistización urbana se relaciona con la fuerte mudanza que ha experimentado la ciudad a todos los niveles, "ha habido una transformación integral" (G.1)¹³. Y esa "transformación integral" ha sido la principal responsable de la llegada masiva de visitantes, "un mogollón de gente" (G.2).

La vocación turística de Valencia se vive como algo novedoso y, en este sentido, la comparación temporal permite explicar la trasmutación. El pasado y el presente se construyen como dos mundos antagónicos siguiendo, en gran medida, el discurso institucionalizado (salto milenario) y el

análisis académico antes visto (turismo raquítrico). En las narrativas el presente urbano se aleja de forma radical del ayer de la ciudad. La Valencia actual se caracteriza por la promoción de flujos turísticos de mercados globalizados y por la dotación de equipamientos y acontecimientos atractivos para visitantes. Al respecto, hay un claro consenso: la nueva ciudad ha colocado en la lanzadera turística a Valencia. Los logros de este giro, leído como histórico, se subrayan en todos los grupos. Por un lado, la apuesta ha servido para colocar a la capital del Turia en la cartografía geopolítica de la economía terciarizada y, por otro, para estar presente en las topografías del imaginario de la excelencia. Afirmaciones como “la importancia internacional que tiene” (G.1) o “Valencia se conoce mucho, mucho en el extranjero en los últimos años” (G.4) sustentan esta lectura. El reconocimiento de ser hoy referente internacional se acompaña también de un salto cualitativo y cuantitativo en la propia esfera nacional. Dicho salto ha permitido hacerse un hueco en el mercado propio y distinguirse dentro del estado español, “en las últimas décadas, ha avanzado muchísimo en relación con ciudades como, o sea en comparación con ciudades como Sevilla, como Bilbao...” (G.2). El rasgo diferenciador señalado con respecto a otras urbes, es que “Valencia ha cambiado muchísimo más” (G.3). Mientras el pasado es leído como una oportunidad perdida, hasta el punto que los informantes hablan una relación histórica injusta que ha llevado a la ciudad a un innecesario ostracismo. La Valencia de antes, era una Valencia a la que no se le hacía justicia en términos turísticos. No estaba en ningún mapa (ni nacional ni internacional) y era la gran desconocida: “antes casi no había turismo dentro de la ciudad” (G.1). La falta de reconocimiento de los atractivos intrínsecos son expresados en tópicos muy arraigados (“la luz”, “el clima”, “la playa”, etcétera) y en lugares icónicos identitarios (Lonja, Albufera...). Así, para nuestros informantes en el pasado, la ciudad monumental, la de sus joyas arquitectónicas góticas, renacentistas o barrocas, era ignorada; la de sus barrios históricos negada; la de la huerta, el mar y el puerto olvidada; y la de la Albufera, la ‘alhaja de la corona’, inexplorada.

- “- Estaba dejada de la mano de Dios, aquí no se invertía nada
- Aquí es que ha habido años que buff...
- Exactamente
- En los anteriores a estos años en Valencia no se hizo, pfff, ¡nada, nada, nada!
- ¿Cuántos años hacía que en Valencia no hacían nada?
- Es que antes no nos conocía nadie, fuera de aquí no nos conocía nadie. Con lo que se ha hecho de

de la *America's Cup*, y fuera de aquí ya nos conocen. La Ciudad de las Ciencias y eso está muy cambio, porque estaba...” (G.3).

Todos los grupos parecen apuntar a dos motivos en el análisis del porqué Valencia quedo al margen de los destinos turísticos en el pasado. El primero tendría que ver con la competencia desleal de otras ciudades en el Estado Español, o bien con un peso y una tradición mucho mayor en el sector turístico (ciudades intermedias turísticas como Sevilla), o bien con dotaciones e infraestructuras turísticas mucho mayores por su condición de ser epicentros administrativos o financieros (grandes metrópolis como Barcelona o Madrid). Esta suerte de subordinación o marginación dentro del Estado explicaría que la ciudad haya sido un espacio olvidado durante décadas “dejada de la mano de Dios”.

El segundo motivo se relaciona con la propia política local llevada a cabo en la urbe. En esta dirección se afirma que la propia Valencia daba la espalda a Valencia. Hasta el punto que los informantes adoptan el lenguaje económico para hablar de su ciudad de forma contundente: “no se ha sabido vender”. La invisibilidad de la ciudad dentro de la geografía nacional, y resta decir de la internacional, era lógica por la ausencia de una agenda y una voluntad política turística. La falta de inversión y de una promoción adecuada en el sector turístico dejó a la ciudad, durante muchos años, fuera del circuito.

“- Valencia no sabe venderse como ciudad, en Valencia la Lonja, por ejemplo que la hemos mencionado al principio, la Lonja es el sitio que si tu preguntas en la mayoría de España...

- Nadie
- No se conoce
- Todo el mundo conoce Barcelona, conoce el otro sitio y esto no lo conoce, Valencia no se ha sabido vender, no sabe vender, la Albufera de Valencia suena por ahí, pero la gente viene a Valencia y no visita la Albufera y si tu vas por otros sitios tu sí que visitas esos alrededores... esos alrededores bonitos, Valencia históricamente no se ha sabido vender” (G.1).

4. La Valencia dualizada

Si bien todos los grupos arrancan con el reconocimiento de la “transformación integral” como causa directa del cambio de posición de la ciudad, también es cierto que pronto empiezan aflorar las contradicciones del modelo instaurado. El movimiento narrativo se repite: de la supuesta y maravillosa metamorfosis sufrida se pasa a la

realidad de la ciudad vivida. Aparece entonces la doble cara de Valencia, o si se prefiere, la ciudad polarizada o dualizada la que es, al mismo tiempo, tan amablemente turística como problemática. Esta doble representación se escenifica en los discursos en el juego constante entre los visitantes y los anfitriones, los de fuera y los de dentro, que busca acentuar las incoherencias de una ciudad pensada para el consumo y sometida al mercado. La narrativa, en este caso, sorprende porque la polaridad llega incluso a ser entre la propia ciudad (la del pasado, la vivida) con la nueva ciudad -la CAC- construida como algo separado que se va a visitar. Su propia denominación así lo sugiere, Ciudad de las Artes y las Ciencias, una ciudad aparte o un objeto con carácter suficiente para mostrarse con una entidad propia¹⁴.

“primero hacemos la Ciudad de las Ciencias, cosas preciosas para atraer el turismo, de acuerdo, de acuerdo, muy bien. Pero es que, por otra parte, lo fastidiamos no cuidando Valencia” (G.3).

De este modo, en los grupos se inicia una crítica sobre la pérdida de los espacios y servicios públicos, el desmán de las actividades inmobiliarias, la hipoteca que suponen las grandes inversiones para los ciudadanos y la pérdida de referentes locales. Hasta tal punto que una de las ideas más repetidas es que la Valencia de hoy parece fabricada a merced de los imperativos turísticos. Los visitantes, los ‘otros’, parecen ganar la partida a los de casa. El ‘nos-otros’ se percibe que se borra o queda en un segundo plano por las exigencias del guión: se está “cuidando para el turismo, para atraer a gente, pero en realidad para nosotros...” (G.2). Incluso llega a cuestionarse que las nuevas dotaciones turísticas sean propias: “¿eso es de los valencianos?” (G.1). El juego retórico identitario, los otros/nosotros, sirve como tropo para explicar una ciudad que presenta dos caras antagónicas. La más ostentosa, la que se presenta como un gran teatro mediático a consumir¹⁵, y la más realista la que se muestra con claras deficiencias en el día a día.

“Pero yo pienso que se deberían cuidar otras cosas que son para mí muy importantes. No es sólo construir edificios y calles también se debería pensar en los barrios, en hacer cómoda la vida en los barrios, en proveerles de aquello de ambulatorio, de colegios de centros para mayores. Debería cuidarse porque es muy importante. Queremos traer el turismo y eso está muy bien porque España principalmente es turística, se vive del turismo, pero qué pasa con el ciudadano, qué pasa con la gente de a pie, qué pasa con las necesidades... Eso es importante y se debería tener en cuenta” (G.3).

Ahora bien, las descomunales inversiones en conjuntos arquitectónicos y los grandes eventos son sólo una cara de lo percibido por nuestros informantes como derroche y exceso (“¡Cuesta un pastón!”). La otra cara responde a la forma de gobierno, se denuncia que la política desarrollada en la ciudad respondería a “intereses de tipo económicos” y “particulares” (G.4), de ahí la obscenidad o la doble obscenidad, la del costo y el sobreprecio. En cualquier caso, el modelo implementado de ciudad, apuntan, da como resultado que los lugares comunes estén subordinados a los intereses foráneos y a los espacios faraónicos. Los discursos van en dos direcciones. En primer lugar, en todos los grupos se percibe la pérdida de espacios públicos, con privatizaciones encubiertas, y lo más grave se lee que la inversión del dinero público (el de los ciudadanos) prioriza a los de fuera (turistas) y no a los de dentro (ciudadanos). Lo que da entrada a la reivindicación “que no sea solo para unos pocos” (G.3). La queja se repite en todos los grupos: “Que se invierta también en turismo, que está muy bien, pero que hagan un poco más por nosotros” (G.2). Aquí se deja claro que los intereses públicos y privados se entremezclan y que lo público responde a otra lógica.

“- Lo que es público, una cosa es un cine que es privado, bueno, pues tendrá que tener su beneficio pero que paguen con nuestro dinero un gran teatro que nos cuesta una pasta a todos y [hablan todos] - A disfrutarlo nosotros” (G.4).

Esta exigencia de nuestros entrevistados se sustenta en los deberes, léase impuestos, lo que da entrada a los derechos: “yo creo que porque vivimos, pagamos impuestos, tendríamos derecho a tener un poco más de, de, a todos los niveles” (G.3). De ahí que el modelo sea cuestionado dando entrada a un debate sobre lo público y lo privado (y sus límites), sobre el interés-bien general y el económico (y su manipulación en el discurso hegemónico), sobre la equidad y la sostenibilidad de la urbe (y su contrapartida) y sobre el precio de una metrópoli que aspira a estar en los circuitos globalizados de la excelencia. Y al hacerlo se vuelve a la reivindicación del ciudadano y del espacio de la ciudad vivido: “no se vive de cara al ciudadano, se vive de cara a la galería y eso en el fondo es muy triste” (G.3). La demanda es clara, si los de fuera pueden disfrutar de la ciudad es necesario que los de dentro, la mayoría, también lo hagan.

“sí es verdad que ha ganado en atractivo turístico para gente que viene de fuera, pero no para la gente que vive en la ciudad, quiero decir, no sé cuántos

de nosotros hemos usado, utilizado, disfrutado la Ciudad de las Ciencias, yo aquí presente no he estado nunca” (G.1).

De nuevo los relatos vuelven a colocar a los visitantes y anfitriones en el punto de mira, apareciendo la oratoria sobre lo mostrado y lo vivido. En ese juego el ciudadano se diluye, deja de ser el protagonista de su propia realidad, porque la ciudad proyectada es simplemente una ficción, un decorado, ajeno a la cotidianidad.

“ Yo tengo la sensación que el ciudadano en Valencia no es importante, yo he ido a otras ciudades en las que he visto que el ciudadano o sea se hacían cosas para el ciudadano, el turismo también era importante, pero el ciudadano, se notaba que estaba a gusto... ¿os imagináis una piscina en el Museo de las Ciencias, pública?

- Estupendo.

- ¿Dónde la gente pudiera ir con sus hijos a la piscina por el módico precio de un euro o que se pudiera sacar un carnet?

- Estupendo.

- Eso es impensable en esta ciudad (...)

- Es un ejemplo que he puesto

- Es un ejemplo que se construye para verlo

- Por ejemplo, te vas a ciertas ciudades y ves que el ciudadano es importante, que tiene derechos, tiene obligaciones y tiene derechos, hay un civismo y hay un respeto y los políticos serán como serán pero tienes la sensación que tú como ciudadano eres importante y que puedes ejercer y yo aquí no me siento importante, para nada, para nada... en esta ciudad me da la sensación que es un escaparate” (G.1).

En segundo lugar, existe consenso en considerar que se ha apuntado a la caza de los turistas “con más dinero” (G.1), buscando un perfil de urbe caracterizada por la exclusividad y la distinción, “para que vayan determinada gente a verlo” (G.3). Esta percepción se sustenta, por un lado, por el tipo de citas promovidas (regatas, carreras de coches, caballos, tenis). Y, por otro, por el impulso a lugares que, se percibe, dejan fuera a la mayoría (espacios de distinción). Deportes y espectáculos culturales todos ellos vinculados a una élite determinada y que, por tanto, encapsulan la exclusión y la desigualdad a través de la apropiación no sólo de un lenguaje determinado (uso del inglés) sino también de los espacios reservados (control de accesos). De forma que se lee cómo se ha virado no sólo en los activos turísticos puestos en valor, sino en el tipo de público al que van dirigidos.

“ También yo creo que se está potenciando el turismo con la Formula 1 y la America’s Cup también un turismo un poco de [gesticula con la mano indicando nivel alto]

- Claro, antes era más de playa y sol y playa y ahora es más de calidad por la Fórmula uno

- De caché.

- Sí” (G.2).

En todos los grupos se acepta como necesidad la terciarización de la ciudad, aunque el modelo practicado debería cambiar en al menos dos sentidos. Primero, cabe replantear el turismo VIP, que excluye y beneficia solo a unos pocos, además de cambiar los espacios turísticos hacia lugares democráticos donde haya cabida para todos los ciudadanos. Segundo, y más importante y reivindicativo, exigiendo que las inversiones para los de fuera se correspondan con inversiones para los de dentro. Volvemos a una demanda parecida a la de antes, que no prime “sólo el punto de vista del turista”, pero ahora centrada en las inversiones y no en el disfrute. En síntesis, nuestros informantes hablan de dos claras visiones sobre la capital del Turia. Dos miradas, resta decir ideales, que se corresponde con la construcción de dos realidades elaboradas, estratégicamente, como opuestas para definir bien las posiciones. En consecuencia, aparece la doble lectura dependiendo de la óptica de quien lee la ciudad: “de fuera se ve de una manera y de dentro de otra” (G.4). En todos los grupos se produce un articulación similar: los de fueran ven (“la mirada desde fuera no deja de ser una mirada sobre lo que más se ve”), los de dentro viven (“nosotros la vivimos”). Por tanto, las lógicas en las representaciones políticas de los imaginarios difieren de manera forzosa. El ver y el vivir configuran expectativas, intereses y necesidades distantes e incluso a veces encontradas. Como se puede apreciar, la dicotomía practicada entre los de dentro y los de afuera se corresponde con una experiencia paradójica: “está bonita” y “no se puede vivir”. La ciudad espectacular es presentada para ser vista por los foráneos, durante un espacio de tiempo acotado y un trazado delimitado que dirige la vista a lo que se quiere enseñar y oculta lo que precisa¹⁶. La realidad de la urbe es vivida por los anfitriones, en un tiempo localizado, pero abierto, donde es imposible controlar la mirada para no ver, porque lo no mostrado se vive.

“hay que crear una ciudad lo más habitable posible, lo más posible para los que vivimos aquí los trescientos sesenta y cinco días del año, porque en realidad el que viene a pasar ¿qué viene a pasar? ¿un día? ¿tres días? ¿mediodía? ¿unas horas?” (G.1).

4. La ruptura del espejo: la imagen resquebrajada

El debate de nuestros informantes pasa, como acabamos de ver, por el modelo de ciudad (dual) turística vendida en la actualidad y relacionada, además, con la imagen construida y arrastrada del pasado. En este sentido, sorprende el giro discursivo y la mirada, entre romántica y bucólica, hacia el pasado de la ciudad. Desde esta posición, reivindicando y reinventando una Valencia de postal, pero con el porte suficiente para ponerse en valor, se entiende que se inicie una reprobación hacia la versión única de la ciudad turística hipermoderna y volcada al futuro, que se presenta a sí misma como “Esta ciudad es otro mundo”¹⁷. Esta estrategia sería la responsable de desnudar ‘desnudaría’ los rasgos propios ‘la imagen anterior’.

“¿Por qué vamos por ahí? Pues vamos por el turismo, vamos por el turismo, pues vamos a por todas, a por el turismo (...) a mí me sabe mal que nos estamos desnudando de nuestra imagen anterior” (G.3).

Al fin y al cabo, las cosas parecen no haber cambiado en demasía, el discurso del presente sigue siendo el mismo de antaño: se articula en la ignorancia y en la inexistencia de los recursos y potenciales de la ciudad. Y esta negación, vinculada al pasado local, supone para nuestros informantes borrar las señas de identidad propias. La crítica a la necesidad de construir nuevos espacios y referentes (ciudades dentro de ciudades), más allá de sus costes ecosociales, para poner en el mapa (global y nacional) a Valencia es contundente. La ciudad ya disponía, antes de los megaproyectos, de lugares emblemáticos con una entidad suficiente para ser puestos en circulación. En este sentido, no hay duda sobre el atractivo intrínseco de Valencia y hay una unanimidad compartida al respecto en todos los grupos.

“En verdad, Valencia tiene mucho más que eso (referido a la CAC). Tu paseas por el casco histórico de Valencia y es súper bonito y, sobre todo, por la noche, es súper bonito” (G.2).

Por tanto, el reproche de las políticas turísticas circula tanto para el presente (no se han activado referentes tradicionales e identitarios potencialmente atractivos para el turismo por sí mismos) como para el pasado (Valencia nunca ha estado en el lugar que se merece por su belleza natural). El resultado de ambas políticas es reduccionista y queda sintetizado en la siguiente afirmación lapidaria: “(hoy) básicamente Valencia es Ciudad de las Artes y las Ciencias”. La lectura realizada

es tan simple como contundente: la proyección turística desarrollada (exhibida) hacia el futuro se hace diluyendo el pasado, vetando su historia y sacrificando el presente. De tal manera, para nuestros entrevistados el paradigma urbano desplegado conlleva dos movimientos interrelacionados: el que obliga a mirarse de nuevo a los de dentro, para mostrarse a los de fuera, y el que desplaza las necesidades de los de dentro por los de fuera. A pesar de ello se reconoce la necesidad y dependencia del turismo en la economía de la ciudad, por eso se exige, como acabamos de ver, una respuesta equitativa que contemple las distintas necesidades (las de anfitriones y las de visitantes). El problema se detecta cuando se ‘vende’ todo al exterior y a cualquier precio: “imagen, imagen, imagen, mucha imagen y luego la dificultad la pasamos todos” (G.4).

“ las ciudades tienen que tener atractivo y por lo tanto eso es algo que todas las ciudades buscan, el tener algo, algún proyecto que les de fuerza para estar en el mundo, para que venga gente y etcétera, etcétera, el problema es cuando todo se hace girar en torno a eso

- están pensando más en venderlo fuera y lo hace mal, y lo hace mal y lo han hecho mal unos y otros” (G.1).

En definitiva, la crisis del paradigma de la ciudad vendría dada por la crítica contundente a la socialización de las pérdidas y la privatización de ganancias. Además, el modelo de crecimiento y desarrollo impulsado por las instancias políticas se ha visto quebrado por la crisis. El derrumbe económico e inmobiliario ha puesto sobre la mesa los mentís del sistema. Lo que da pie a la ciudad problemática, la que falla en los pronósticos de producción de riqueza por contagio, “¿Y el trabajo que dicen que iba a salir?” (G.4), la que niega el presente y el futuro al hipotecarlo o la que es capaz de vender su alma al diablo, para lograr un tan ansiado como equivocado progreso. Nuestros informantes son explícitos al cuestionar tanto el proyecto político de desarrollo como los discursos grandilocuentes. De ahí los múltiples cuestionamientos.

“Yo creo que al final la pregunta, la pregunta que en el fondo nos estamos haciendo... ¿qué es estar bonita? Si usted me está preguntando si ve esta postal y es bonita, o me está preguntando lo que hay detrás... quiero decir, para mí una ciudad bonita tiene que ver con mi ética personal... es decir, no me quedo con la postal, que bonita ‘mírala con mis ojos’ hombre... vienen mis amigos y no me los llevo a ver la degradación de la ciudad, evidentemente, tampoco está la cosa para eso, pero lo que quiero decir es precisamente hay un tópicico detrás de

cada ‘qué bonita esta la ciudad’ y a partir de ahí y parece que después no hubiera ética personal y no entraríamos en qué pasa con los ochocientos mil ciudadanos que hay en la ciudad y a mí la ciudad dice ‘¿qué es un puente? Una persona que pasa por un puente’ es decir, al final son las personas” (G.1)

5. Conclusiones

En un corto periodo de tiempo, Valencia se ha hecho con complejos monumentales y con un considerable parque museístico; con eventos y competiciones de elite ampliamente difundidos en los *mass media* internacionales; ha crecido en número de plazas hoteleras, de pernoctaciones y de visitantes; ha multiplicado la publicación de sus guías turísticas y sus ediciones en diferentes idiomas y ha conseguido entrar en la exclusiva lista de la *Lonely Planet*. Viéndolo de este modo, ¿Por qué se pone en duda el modelo? ¿Por qué los ciudadanos vierten críticas sobre el mismo? Probablemente, porque esta forma de mirar a Valencia es engañosa y sólo responde a los intereses de unos pocos que aún siguen blandiendo la bandera del éxito ¿Cuál ha sido el alcance de esta política urbanística centrada en la atracción del mercado turístico y financiero? Nuestros informantes los han desgarnado con cierto y podrían resumirse en tres puntos.

En primer lugar, los complejos y eventos han situado al ayuntamiento y la Generalitat Valenciana al borde de la quiebra. Según los datos publicados por el Banco de España, en el 2013, es la comunidad más endeudada en porcentaje¹⁸. La falta de planificación y la gestión privada de los fondos públicos ha llevado a poner en jaque el sistema de bienestar. El paradigma de la NUP en el caso valenciano deja un panorama desolador: las arcas vacías para cubrir necesidades básicas, proyectos inacabados por falta de liquidez¹⁹ y eventos cancelados por su nula rentabilidad²⁰. Pero, además, esa falta de planificación hace que muchos de los museos o edificios proyectados sean viables. Hasta el punto que esa política de los contenedores turísticos ha convertido obras emblemáticas en escenarios privados. Piénsese en la nueva utilización del *Palau de les Arts* como recinto para celebrar bodas. O en el peor de los casos la enorme inversión pública se pierde por la falta de previsión o por la inutilidad de las instalaciones (política de contenedores)²¹. En el caso valenciano, la espectacularización de la ciudad ha sido paralela a su precarización²². Ambas, espectacularización y precarización, son caras de una misma moneda de la Valencia vacía del siglo XXI. El pretendido imán de la CAC, y de los eventos que allí se han ubicando, muestran que la rentabilidad económica y social nunca ha existido.

En segundo lugar, el mito del turismo como generador de una riqueza sin límites, temporales y espaciales, se ha diluido. Si bien es cierto que el número de turistas se han incrementado, de forma considerable en la ciudad y muy por encima de la media del resto de ciudades europeas (Rausell, 2010), también es cierto que no han reportado los beneficios que se esperaban (generación de mano de obra, atracción de capitales y, en general, riqueza). Por otro lado, el hecho de focalizar todo la atención en la promoción de la CAC ha desactivado otros recursos turísticos. El efecto *crowding out* en los museos, por el monopolio ejercido por la CAC, fue pronto señalado sin mucho éxito (Rausell, 2004). El resultado es que han quedado fuera de la promoción de la ciudad siendo un potencial recurso estratégico para el turismo (Martín, 2010). Del mismo modo este desplazamiento también se ha producido con los recursos patrimoniales históricos de la ciudad (Catedral, Basílica de la Virgen, Lonja, Albufera, Museo de Bellas Artes, Mercado Central, Mercado de Colón, antigua universidad, Torres de Serranos, Torres de Quart, Miquelet, Santa Catalina, etcétera) que si bien aparecen en la propaganda de la ciudad lo hacen de forma muy secundaria o complementaria. El discurso hegemónico ha conseguido que los ciudadanos se identifiquen, en parte, con el nuevo imaginario propuesto, mutando las representaciones que se tenían de la vieja capital del Turia²³, pero al mismo tiempo los ciudadanos reclaman sus señas de identidad propias. En este sentido, “Valencia es ya hoy una ciudad turística para sus propios habitantes y esta dualidad cotidiana –dialéctica entre recursos emblemáticos de siempre e identitarios por una parte, y de hoy, grandilocuentes y volumétricos por otra-, repercute en la construcción de su personalidad y en la escasa plasmación de esta en sus marcas” (Puche y Obiol, 2011:193). Hasta el punto que la identidad empieza “a resentirse de esta mercantilización tan parcial como indiscriminada” (Puche y Obiol, 2011:200). Además, el modelo turístico implantado no sólo ignora el potencial cultural, sino que da la espalda al conocimiento y a la gobernanza. En palabras de Rausell, “hoy Valencia es una ciudad cuya emergencia se ha construido a partir de atributos culturales pero que han quedado diluidos en un magma más amplio relacionado con el ocio, los eventos deportivos, la calidad de vida el buen clima, etc....Valencia ha conseguido, con notable éxito, posicionarse en aquella dimensión de la ciudad que tiene que ver con la diversión, la recreación, sin embargo éste mismo éxito le ha llevado a renunciar a la ciudad culta y a prestar poca atención ni por la ciudad del conocimiento ni por la gobernanza como atributo” (2010:98).

Y, en tercer lugar, el ansiado turismo urbano ha provocado la activación de bienes patrimoniales para el consumo exclusivo de los visitantes, produciéndose una dualidad entre los de fuera (consumidores de mercancías) y los de dentro (usuarios y usufructuarios de bienes y servicios). La asignación de funciones especializadas dentro de la ciudad provoca segregación y fragmentación y margina propuestas integradoras²⁴. De esta manera, al articularse los espacios urbanos bajo lógicas mercantilizadas se acentúan las distancias y las desigualdades sociales (Gaja, 2008; Díaz de Orueta, 2010). Hablaríamos entonces, siguiendo la propuesta de algunos autores (Borja, 2003), de una Valencia dual.

En suma, como venimos apuntando, la CAC -el icono por excelencia de la mutación hipermoderna de Valencia- representa un nuevo modelo, cada vez más extendido, de activación patrimonial que tiene que ver con la terciarización de la economía y la trivialización e imposición de modelos de consumo. Paradigma que transfigura a las ciudades en objetos (parques o circos temáticos), poniéndolas al servicio de un tipo de cliente exigente (turista-visa) lo que derivaría en nuevos modelos de construcción (imposición) identitaria. De tal forma que se produciría un claro movimiento: del 'nosotros de los otros', activado por los efectos directos del turismo, estaríamos tendiendo en la actualidad a una escenificación estereotipada y obligado de un 'vosotros para nosotros'. Lejos queda ya de la activación clásica del patrimonio decimonónico que impulsó el 'nosotros del nosotros' para la legitimación de su proyecto político nacionalista (Prats, 1997)²⁵. Ahora el mercado y las nuevas formas de demanda y consumo patrimonial construyen nuevas topografías globalizadas. En ese desplazamiento la especulación, la espectacularización y la teatralización de las formas patrimoniales se entremezclan en el juego globalizado de mediaciones mediatizadas. Sin duda, la política urbanística neoliberal deja un futuro incierto y el turismo de contenedores un espejismo roto. Las posmetrópolis, en términos de Soja (2008), deben reformularse a partir de criterios ecosociales que devuelvan los lugares a los ciudadanos y que permitan la reformulación de un turismo sostenible para todos. En realidad, como hemos podido ir viendo, ésta ha sido la demanda formulado en todos los grupos analizados.

Bibliografía

Belanger, Anouk

2005 "Montréal vernaculaire/Montréal spectaculaire: dialectique de l'imaginaire urbain". *Sociologie et sociétés*, 37(1), p. 13-34.

Bennet, Susan

2005 "La scène spectaculaire de Toronto". *Sociologie et sociétés*, 37(1):109-123.

Boira Maiques, Josep Vicent

1992 *La ciudad de Valencia y su imagen pública*. Valencia: Universitat de València.

Boira Maiques, Josep Vicent

2005 *Informe sobre la encuesta: la imagen de la ciudad de Valencia 2005*. València: Ajuntament de València.

Boira Maiques, Josep Vicent

2003 "Science, politics and image in Valencia: a review for urban discourse in the spanish City". *Cities*, 20(6): 413-419.

Borja, Jordi

2003 *La ciudad conquistada*. Madrid: Alianza.

Cal, Rosa

2007 "La propaganda del turismo en España. Primeras organizaciones" *Historia y comunicación Social*, 2:125-133.

Carrero, Virginia, Soriano, Rosa M^a., y Trinidad, Antonio

2006 *Teoría fundamentada Grounded theory. La construcción de la teoría a través del análisis interpretacional*. Madrid: CIS.

Cucó, Josepa

2013 "Poniendo a Valencia en el mapa global. Políticas, desarrollos urbanos y narrativas sobre la ciudad". En J. Cucó (ed.), *Metamorfosis urbanas* (pp.157-179) Barcelona: Icaria.

Díaz Orueta, Fernando

2009 "El impacto de los megaproyectos en las ciudades españolas. Hacia una agenda de investigación". *Estudios demográficos y urbanos*, 24(1):193-218.

Díaz Orueta, Fernando

2010. "Regímenes urbanos y movimiento ciudadano en Valencia". *Cuaderno Urbano*, 9(9):275-294.

Gaja, Fernando

2008 "València, de la Ciutat de les Arts i les Ciències al Gran Premio de Europa de Formula I. Grandes Eventos, grandes proyectos: una apuesta de alto riesgo". Disponible en http://manifestamentmillorable.com/wpcontent/uploads/2010/03/2008_10_24_Grandi_Eventi.pdf

Harvey, David

1989 "From Managerialism to Entrepreneurialism: The Transformation in Urban Governance in Late Capitalism", *Geografiska Annaler. Series B. Human Geography*, 71 (1): 3-17.

Hernández Martí, Gil M.

1996 Falles i franquisme a València. Valencia:Afers.

Hernández Martí, Gil M.

2002 *La festa reinventada. Calendari, política i ideologia en la València franquista*. Valencia:PUV.

Judd, Dennis

2003 "El turismo urbano y la geografía de la ciudad". *Revista Eure*, 87: 51-62.

- Kavaratzis, Mihalis
2004 "From city marketing to city branding: Towards a theoretical framework for developing city brands". *Place Branding*, 1(1): 58-73.
- Kavaratzis, Mihalis y Ashworth, Gregory J.
2005 "City branding: An effective assertion of identity or a transitory marketing trick?". *Tijdschrift voor Economische en Sociale Geografie*, 96(5): 506-514.
- Llopis, Pilar; Calderón, Haydée y Gil, Irene
2009 "Expectativas frente al evento American's Cup. Una perspectiva desde el comercio y la restauración". *Estudios turísticos*, 182:111-135.
- Martí, Javier
2010 "Turismos y museos en la ciudad de Valencia". En Arrieta, Iñaki (ed.). *Museos y parques naturales: Comunidades locales, administraciones públicas y patrimonialización de la cultura y la naturaleza* (pp.63-90). Bilbao: UPV.
- Martínez Gallego, Francesc A.
2010 "Publicidad y turismo: la industria del forastero en la Exposición Regional de Valencia de 1909", *Ámbitos* 19: 161-182.
- Molla, Diego
2011 "VLC. Increíble pero cierta. La ciudad de Valencia y la nueva comunicación". En J.C. Suárez (ed.), *La ética de la comunicación a comienzos del siglo XXI*, (pp. 888-899). Sevilla: US.
- Obiol, Emilio
1999 "Las 'guías de Valencia'. Notas para un análisis turístico", en *Cuadernos de Geografía*, 65-66: 255-265.
- Obiol, Emilio
1997 "Turismo y ciudad: El caso de Valencia". *Estudios Turísticos*, 134: 3-21
- Obiol, Emilio
2009 "Geografía del Turismo en Valencia. Notas históricas. Los fundamentos del desarrollo turístico". En *La ciudad de Valencia, Historia, Geografía y Arte* (pp. 91-103). Valencia: PUV.
- Prats, Llorenç y Santana, Agustín
2005 "Reflexiones libérrimas sobre el patrimonio, turismo y sus confusas relaciones" en *El encuentro del turismo con el patrimonio cultural: concepciones teóricas y modelos de aplicación*, FAAEE, Sevilla.
- Prytherch, David L.
2009 "Elegy to an iconographic place: reconstructing the regionalism/ landscape dialectic in L'Horta de València". *Cultural Geographies*, 2009, 16, p. 55-85.
- Prytherch, David L. y Boira, Josep Vicent.
2009 City profile: Valencia. *Cities*, 2009, 2 (26), p. 103-115.
- Puche, Maika y Obiol, Emilio
2011 "Procesos de 're-imageneering' turístico: el eclipse de la identidad local de Valencia". *Cuadernos de Turismo*, 28: 191-214.
- Rausell Köster, Pau
2004 "La Ciudad de las Artes y las Ciencias de Valencia y el turismo cultural". En Font, J (ed.) *Casos de turismo cultural* (pp.361-390). Barcelona: Ariel.
- Rausell Köster, Pau
2006 "Consideraciones globales hacia el tránsito de Valencia hacia la ciudad global". *Ciudades* 71:26-34.
- Rausell Köster, Pau
2010 "Valencia desde la huerta al ocio". En Sorribes, José (ed.), *Valencia, 1937-1957, De la Riada a la copa del América* (pp.79-99). Valencia: PUV.
- Rodríguez, Arantxa y Vicario, Lorenzo
2005 "Innovación, Competitividad y Regeneración Urbana: los espacios retóricos de la 'ciudad creativa' en el nuevo Bilbao". *Ekonomiaz*, 58 (1): 262-295.
- Sáez, Lucía; Mediano, Lucía y De Eligarate, Victoria
2011 "Creación y desarrollo de marca ciudad. Análisis de los registros de marca de las principales ciudades españolas". *Revista de Dirección y Administración de Empresas*, 18, 125-156.
- Sancho, Amparo y García, Gregorio
2007 "El impacto de la American's Cup en la imagen turística de la ciudad de Valencia". XVI Simposio Internacional de Turismo y Ocio. ESADE. Disponible en <http://www.esade.edu/cedit2007/pdfs/papers/pdf25.pdf>
- Santamarina, Beatriz y Moncusí, Albert
2013a "Manifiestos y latencias en la Valencia de las guías turísticas". En Cucó, J. (ed.) *Metamorfosis urbanas* (pp. 259-283). Barcelona, Icaria.
- Santamarina, Beatriz y Moncusí, Albert
2013b "De huertas y barracas a galaxias faraónicas. Percepciones sociales sobre la mutación de Valencia". *Papers: Revista de Sociología*, Vol 99 (2): 365-391.
- Seisdedos, Hermenegildo.
2006 La marca ciudad como antídoto para la bonasainización del citymarketing. *Harvard Deusto Márketing y Ventas*, 26: 72-79.
- Soja, Edward W.
2008 *Postmetrópolis: Estudios críticos sobre las ciudades y las regiones*. Madrid: Traficantes de sueños.
- Zamudio, Laura
2011 "Los imaginarios en la percepción de los lugares turísticos". *Imagonautas*, 2(1): 114-137.

Notes

- ¹ “Esta Valencia que vive el siglo XXI con pasión e intensidad, en un periodo de la historia que rememora su más brillante pasado; que evoca, con su recuperada vitalidad y su continuado protagonismo internacional, la condición de capital del Mediterráneo que tuvo durante los siglos XIV y XV” (Valencia. Paseos y recorridos 2007:3).
- ² Los grupos buscaban reflejar la población general de la ciudad. Fueron realizados los siguientes: G.1 (Varones/ mujeres, adultos, profesiones liberales), G.2 (Varones/ mujeres, jóvenes, estudiantes universitarios), G.3 (Mujeres, adultas, amas de casa) y G.4 (Varones, jóvenes, asalariados). Todos los grupos se efectuaron en el 2011, en el aula de Laboratorio de la Facultad de Ciencias Sociales de la Universitat de València y fueron dirigidos por Beatriz Santamarina. Para el análisis de los grupos se ha seguido la teoría fundamentada (*Grounded Theory*) con el fin de identificar los procesos sociales básicos a través de la codificación y la categorización y el método comparativo (Trinidad, Carrero y Soriano, 2006).
- ³ Este trabajo está realizado dentro del Proyecto de Investigación “Metrópolis globalizadas: el caso de Valencia. Espectacularización y precarización urbana en las ciudades medianas”. Plan Nacional I-D+i. MICIN Rf. CSO2009-10715. En el mismo se realizaron 36 entrevistas, observación participante en barrios y espacios clave de la ciudad y análisis de contenido de diverso material, como guías turísticas, prensa, documentos oficiales, etc., relacionados con la construcción social de Valencia.
- ⁴ Si bien es cierto que se pueden encontrar pequeñas diferencias, de clase, género, edad y nivel de educación, ninguna de ellas parece ser especialmente significativa. Por ejemplo, el estatus social y la formación académica recibida diferencia los distintos discursos a la hora de manejar ciertos conceptos o articularlos pero el fondo es el mismo.
- ⁵ Esta sería la agenda expresa del evento; la oculta, siguiendo a Martínez Gallego (2010), tenía como fin favorecer los intereses monárquicos en una ciudad donde prevalecían los republicanos.
- ⁶ Judd señala además que estas ferias y exposiciones “no fueron suficientes para transformar a las ciudades en destinos turísticos” porque las urbes eran asociadas a “barriadas miserables y problemas sociales” (2003:54).
- ⁷ “El conservadurismo ensayaba nuevas estrategias discursivas que pretendían crear identidad, valenciana y conservadora, solapándose con el nuevo “negocio de los forasteros. En la práctica totalidad de actos desarrollados durante la Exposición sonó su Himno oficial, creación del maestro Serrano que, aunque devendrá en Himno Regional a finales de la década de 1920, ya por entonces era referido por la prensa como Himno de Valencia” (Martínez Gallego, 2010:178).
- ⁸ De todas formas, Hernández (2002) señala que durante las primeras décadas del XX se consolidó “la imagen de Valencia como una ciudad festiva” (2002:25), hasta el punto que el carácter valenciano fue relacionado con la determinación del clima.
- ⁹ En este sentido, el trabajo de Hernández (1996) pone sobre la mesa como el franquismo utilizó las fallas para cimentar sus políticas nacionales.
- ¹⁰ En realidad el despegue había sido años antes con la puesta en marcha de los distintos proyectos.
- ¹¹ Ahora bien, con respecto al impacto en el sector concluía que estas empresas no esperan un crecimiento derivado de la celebración de la regatas (Llopis, Calderón y Gil, 2009).
- ¹² El gobierno municipal y autonómico lleva en manos del PP desde las elecciones de 1991 y de 1995 respectivamente.
- ¹³ Detrás las citas aparece un número que indica el grupo de donde fueron sustraídas. Como verá se ha respetado la literalidad de los informantes, ayudando cuando es necesario a su comprensión.
- ¹⁴ En este sentido, vale la pena señalar que las propias guías turísticas hablan al presentar la CAC como “de una ciudad dentro de una ciudad”.
- ¹⁵ No podemos dejar de llamar la atención que desde los discursos hegemónicos las políticas ostentosas se presenten y conformen no sólo como lo prescrito sino como lo normalizado. En este sentido, se puede leer en *Best in travel* (2011), que Valencia se ha situado en el top ten por su proyección gracias a los grandes eventos deportivos y obras como la CAC, respaldando precisamente lo que en los grupos se tacha como ostentoso y opulento.
- ¹⁶ En este sentido, las guías turísticas juegan un papel fundamental en las directrices a seguir, estableciendo rutas y paradas de obligado cumplimiento para el turista (Santamarina y Moncusí, 2013a).
- ¹⁷ Bajo este titular se presentó un spot para promocionar la CAC. Hoy en la página web con ese mismo nombre se accede a la CAC. <http://www.estaciadesotromundo.com/>
- ¹⁸ El Banco de España publica los datos en su página web: <http://www.bde.es/bde/es/areas/estadis/>
- ¹⁹ Solo por dar un ejemplo pensemos en la cubierta inacabada del Agora dentro del complejo de la CAC.
- ²⁰ La Formula 1 de los caballos (*Global Champions Tour*), el Premio de Europa de Formula 1 o *MTV Winter Festival*.
- ²¹ El Agora vuelve a ser un buen ejemplo, sólo se utiliza para el Open 500 de tenis y para la semana de la moda (*Valencia Fashion Week*). O el circuito construido de Fórmula 1 ha sido abandonado lo que ha provocado un saqueo de sus instalaciones. En este sentido, una noticia de prensa era elocuente con este titular “del glamour al vandalismo” (AS, 27 de enero 2013).
- ²² Para un análisis sobre las fracturas económicas, sociales e identitarias en la ciudad de Valencia se puede acudir a Santamarina y Moncusí (2013b).
- ²³ Para ver cómo han variado las percepciones sobre la imagen de la ciudad se puede acudir a Boira (1992, 2005).
- ²⁴ En palabras de Soja “los nuevos procesos de urbanización han producido la magnificación de las desigualdades económicas y extra-económicas (raciales, de género, étnicas) con consecuencias destructivas tanto en los entornos urbanos como en los naturales” (2008:564).
- ²⁵ En este sentido, Prats (1997) entiende que existen dos procesos de construcción patrimonial de la identidad: el primero se correspondería con la activación clásica del patrimonio y se trataría del ‘nosotros del nosotros’, mientras que el segundo respondería a la activación de la demanda turística y se definiría como el ‘nosotros de los otros’. Desde nuestra consideración habría que añadir un tercer proceso que responde también al fenómeno turístico. En este caso, atañería a la demanda y consumo cada vez mayor de un turismo cultural, que obliga a una escenificación estereotipada que bien podría condensarse con la obligación contractual de un ‘vosotros para nosotros’.

Recibido: 27/06/2013
 Reenviado: 17/03/2014
 Aceptado: 17/03/2014
 Sometido a evaluación por pares anónimos

Management of Tourist Flows. The Cathedral of Santiago de Compostela

Xose Santos*

Universidad de Santiago de Compostela (España)

Laura Pena Cabrera**

CETUR/USC (España)

Abstract: The end of the 1980s witnessed the revival of the pilgrimage route to Santiago de Compostela, popularly known as “el camino”, a fact that brought with it the development of tourism in the city. However, pilgrims have not been the only source of such growth as there have been cultural tourists too. Flows particularly increase during the Compostela Holy Years, i.e., when the 25th of July, St. James’ festivity, falls on a Sunday. The increased track record of visitors in the city since the holy year of 1993 already foresaw a high volume of visitors for the 2010 Holy Year. In order to avoid excessive overcrowding of the cathedral and all its negative effects, a study was developed for proposals to manage tourist flows. This article explains the methodology used for this study and analyses the results of its implementation. We highlight the problems encountered, not only due to the partial implementation of the measures proposed, but also due to the concentration of actions in the cathedral and not in the destination as a whole.

Key Words: Santiago de Compostela, Cathedral, Carrying Capacity, Tourism, Tourist Flows.

La gestión de flujos turísticos. El caso de la catedral de Santiago de Compostela

Resumen: La recuperación a finales de la década de 1980 del Camino de Santiago supuso un importante desarrollo turístico de la ciudad de Santiago de Compostela. Su crecimiento no ha estado vinculado exclusivamente a la afluencia de peregrinos sino también, y sobre todo, a la llegada de turistas de motivación fundamentalmente cultural. El incremento de los flujos se produce de forma especial en los Años Santos, cuando el 25 de Julio coincide en domingo. El significativo incremento de visitantes que se venía produciendo desde el año jubilar de 1993 hacía prever un volumen muy elevado para el que se celebraría en 2010. Con el fin de evitar una masificación excesiva de la catedral, con todos los efectos negativos que eso generaría, se puso en marcha un estudio del que habrían de salir propuestas de gestión de flujos. En este artículo se explica la metodología de dicho estudio y se analizan los resultados de su puesta en práctica. Destacamos los problemas surgidos no sólo por una aplicación parcial de las medidas sugeridas sino también por la concentración de las acciones en el templo catedralicio y no en el conjunto del destino.

Palabras Clave: Santiago de Compostela, Catedral, Capacidad de Carga, Turismo, Flujos Turísticos.

1. Introduction

In recent years, the literature focusing on historic towns as tourist attractions has significantly increased (Ashworth & Tunbridge, 1990; van der

Borg, Costa & Gotti, 1996; Maitland, 2006; Page, 1992...). This is particularly true for Spain, where the focus on sun and beach tourism cast a shadow on research on other types of destinations (de la Calle, 2002; Troitiño Vinuesa, 2009; Marchena,

* E-mail: xosemanuel.santos@gmail.com

** E-mail: laurapcab@yahoo.es

1998;...). However, this does not mean to say that tourism in Spanish cities did not exist, in whatever marginal extent, if we compare with other alternatives. At the end of the 1980s several factors brought towns back under the tourist gaze. Some of these factors included the decentralisation of regional governments' tourism policies, the alleged crisis of the sun and beach model, and the transition to new forms of capitalism, favouring processes of industrial restructuring and urban renewal in areas which had, in general, suffered high degradation. Troitiño Vinuesa & Troitiño Torralba (2010) highlight that since the mid 1990s until 2005, the number of visitors in Spanish historic towns had increased at a rate of 6% per annum.

However, such recent interest in urban tourism in Spain, and more particular, in town centres, is not far from what has happened in other European countries. This matter has already been addressed by authors such as Edwards *et al.* (2008), Pearce (2001), Ashworth (1989, 2003), Page (1995) or Ashworth & Page (2011). Page (1995), in his reference study regarding urban tourism delved deeper into this situation. In particular, he referred to the scarce attention that research on tourism had ever devoted to urban spaces, something he first dated in his bibliography at the end of the 1980s. Furthermore, he insisted that, in any case, his interest was triggered by processes of urban regeneration that looked at tourism as an engine for the town's development.

One of the arguments used by Page (1995), taking Ashworth's words, is that tourism was not valued as an urban attribute – the attraction of visitors could be a consequence of other urban functions such as trade, culture or business. Page (1995) also reminds us that tourism, a temporary and transient activity, was not considered a serious field and therefore research focused on topics such as urban regeneration. All these aspects led to the invisibility of urban tourism in the academia.

Industrial growth was also behind the desertion and/or degradation of Spanish historic centres, as they increasingly lost their traditional role within the city. Therefore, as Ferrer (2003) points out in his truly interesting study on such urban spaces, "by the mid and end of the 19th century, almost all European countries had issued legislation to protect historic towns" (Ferrer, 2003: 59). Spain was no exception with its Heritage Act of 1933. In spite of this, the deterioration process failed to be stopped, at least in Spain.

2. Tourism and Historical Cities

From the point of view of tourism, although not exclusively, focus at that time was mainly on mo-

numents, as in the case of Santiago de Compostela where the cathedral was, and to some extent still is, undeniably the focal point. This would be the raw material that is conveniently transformed into the backbone for tourist development (Ashworth 1990, 1994, 1995; de la Calle, 2002; Jansen-Verbeke, 1997). The vision of tourism as being linked to heritage and the historic centre in general is still very much seen today in spite of growing trends towards more comprehensive approaches (Prats, 2003). Proof of this trend can be clearly found in the posters fostering tourism in Spain during the first part of the 20th century - few focused on city tourism, and those that did only showed individual heritage elements. In the years following the Civil War (1936-39) this trend became the norm, together with the developing importance of sun and beach tourism, the ever-growing importance of religious and folkloric attractions (Ministerio de Industria, Turismo y Comercio, 2005). Gali and Donaire (2005) confirm that: *Most places are 'prisoners' of their images.... in such a way that the changes in the management models, the kind of visitors or the changes in physical area itself only partially modify the old topics* (p. 784), often created from influences dating back to the Romantic period.

A word of caution, however, must be said regarding the presence of urban elements in promotional tourism posters. Despite their printed presence, such elements did not mean that tourism in historic centres developed at that time. Several reasons can be found for this. Firstly, visitor flows during this historic period were significantly minimal, and, therefore, so were their impact on the destinations. In this respect Silberberg (1995) reminds us of the changes in preference undergone by American tourists and which can be prevalent, with certain nuances, in other countries. Secondly, there were no active tourism policies, inexistent at local level, and were little more than that of promotion. We must bear in mind, around 1963, when the sun and beach model was becoming a stable mass phenomenon, there were still strong voices, such as the World Bank, claiming that this was just a passing fancy prompted by extraordinary circumstances (Barrado & Galiana, 2006); even more if we look at spaces with significantly lower visitor frequency rate.

Despite the fact that over 300 historic centres had some level of protection after the Civil War (Ferrer, 2003), there were many cases in which degradation or deterioration became irreversible. Some Spanish regions, such as the whole Mediterranean coast, were deeply affected by this trend, as urban growth coincided with the expansion of mass sun and beach tourism. Besides, the solution for the increasing city growth, based on high birth rates and intensive migration from the countryside was

the widespread construction of high-rise buildings (Precedo, 1996).

It was not until the 1980s that changes started to be seen in trends observed in Spain. The reasons behind these changes are many, so we would like to outline but a few. Firstly, the 1970s oil crisis did not affect Spain until the 1980s, a time when many reforms were introduced for the country's access into the European Union in 1986. This meant that traditional industrial sectors had to undergo forced restructuring, something that also had an impact on city landscapes. The third sector was the easy way out for much of this workforce, so tourism became the preferred option for the renewal of urban spaces. At the same time, the sun and beach tourism model was becoming problematic therefore a White Paper on Tourism in Spain was drafted (Secretaría General de Turismo, 1990). This, in turn, led to the implementation of destination plans (Secretaría General de Turismo, 1992). The need to diversify supply through the creation of new products was a new opportunity for cities. Mass cultural consumption, including shows and exhibitions (Urry, 2002), also increased in importance during this period and cities became their natural environment. Culture thus becomes one more business for the urban economy (Hamnett & Shoval, 2003).

A final element completing the picture actually came from outside the country: the concept of World Heritage Sites developed by UNESCO in 1972. This gave explicit recognition to the universality of some monuments and urban or natural spaces, and was increasingly used in tourism marketing campaigns (Li *et al.*, 2008; Yang *et al.*, 2010). Historic centres could enjoy greater visibility thanks to this focus on heritage. With the other factors mentioned, this measure was the final push in making historic centres attractive for tourism. The former WTO Secretary General indicated the demarcation *line* that UNESCO recognition implies in relation to the visit of these places (Frangialli, 2003). In their research, Yang *et al.* (2010) clearly point out that, at least in China, UNESCO designated cultural heritage sites, including historic sites, are more relevant in terms of tourist attractions than UNESCO listed natural spaces in terms of attracting international visitors. Spain has become the second country in the world with more sites declared as World Heritage and its relationship with the tourist offer is more than evident (Troitiño Vinuesa, 2009; de la Calle, 2002) as shown, for instance, in the fact that there is a Tourism Observatory within the group of world heritage city sites in Spain (Troitiño Vinuesa, de la Calle Vaquero, García Hernández and Troitiño Torralba, 2009). Furthermore, one of the group's two objectives is: '*...to promote cultural tourism...*'.

As we have seen so far, historic centres had already been deserted by the population, who preferred to move elsewhere to live. It should be borne in mind that many historic centres had begun a process of abandonment and marginalisation (Ferrer, 2003; Precedo, 1996). Once tourism became a shaping force in towns, this trend was further aggravated as buildings were indeed rehabilitated but not in a way that attracted people to resettle in them. Even in places such as Santiago de Compostela, where measures in this direction were taken, the outcome was not as expected. Tourism further contributed to the disappearance of convenience stores, while increased restrictions were imposed due to the symbolic value of such spaces; for example, restricted access for cars, strict regulations on renovating or rebuilding houses, a lack of facilities due to old structures, etc. (González & Santos, 2007).

Conflicting uses and the problem of sustainability due to an excessive tourist load become central questions that have not always been properly addressed (Li *et al.*, 2008). This is particularly true for public instances which are often under pressure from sector-based interests that advocate an idea of unlimited growth. Studies on hosting capacity are common for monuments (García Hernández, 2001, 2004), but due to their complexity they are scarcer for outdoor spaces, such as historic centres, even if we have some remarkable examples from Venice, Bruges or Oxford, which are subsequently partly enriched by numerous case studies. Therefore, it is often extremely difficult to reconcile tourism and the preservation of the historic, artistic and symbolic values of town centres. However, as Russo and Van der Borg (2002) claim, the mere presence of heritage is not enough to guarantee success of a tourist destination. Lack of attention, for example, to intangible elements, these authors claim, can render all efforts to create destinations based only on monumental wealth pointless. In Spain, as Troitiño Vinuesa and Troitiño Torralba (2010) claim, architecture and museums have been the two focal points.

Keeping a historic appearance is undoubtedly very important (Naoi *et al.*, 2011), and this explains the efforts to rehabilitate heritage and eliminate all that, regardless of other factors, may mean *modernity*, such as cars or electrical cables. Naoi *et al.* (2011) also mention that a pedestrian environment introduces a certain feeling of discovery that is not just temporal but spatial too. However, this value of the ancient has come face to face with the demands of the visitors themselves, who expect some services that may lead to a loss in singularity (Russo & van der Borg, 2002).

In whichever case, historic centres in general and historic-artistic heritage in particular have become the main object of the tourist gaze. This happens in countries such as the United Kingdom, the United States or China (Li *et al.*, 2008) and has led authors such as Williams (2010) to claim that “The challenge of tourism in historic cities is, in many instances, the challenge of mass tourism” (p.9), with all the implications this has on the experiences of each visitor, and on the management of each destination. Literature on the relationships between tourism, heritage and historic cities leaves us many interesting reflections. Perhaps the work by Russo (2002) on the formation of the *vicious circle* and its application to the case of Venice deserves special attention. It is true that, despite some similarities, Santiago de Compostela cannot be compared to the Italian city. There is indeed a problem of overcrowding and an attempt was made to solve it with a flow management plan. However, the plan was only partially applied to a monument and, in which case, the problem was not solved and even new ones were created. In short, it came down to giving a satisfactory answer to one of the critical issues in the historic city’s development and the balance between the needs of the host community (social, cultural and economic), visitors and heritage conservation (Stuart-Hoyle & Lovell, 2006).

3. Santiago de Compostela in Perspective. Problems and Tourism Management

Santiago de Compostela is part of a broader context of mass cultural and religious tourism. This means devaluation in the meaning of the destination in favour of the signifier. In other words, and according to the classification established by Poria *et al* (2003), it is the increasing loss of importance of visitors whose motivation reflects a feeling of identity with heritage. It is true that a study on this topic has not been done. However, the data from the Tourism Observatory of Santiago de Compostela (information consulted but not yet publicly available) allow us to see that this behaviour, even among pilgrims for whom Santiago is not the destination but the end of the way, is not the main one besides that of the religious reason (Santos & Lois, 2011). Therefore, they would be cultural tourists or even religious tourists with partial or accidental motivation, according to the Lord classification (Timothy, 2011). Richards (2002) also states that surveys carried out among tourists visiting cultural sites showed that cultural motivation was relatively low.

If we only focus on the modern period, the Cathedral of Santiago had already been the target of the tourist gaze from the first part of the 20th century onwards, something that was to be further intensified during the Franco regime. It is interesting that the religious character of this destination slowly changed into a tourism-based approach. The real transformation happened in the 1980s in the light of two interrelated circumstances. Firstly, the designation of the city as the regional capital of Galicia, which reinforced its symbolic value and, secondly, the St. James’ Way was fostered into a unique attraction throughout most of Europe. Coinciding with this, the historic centre was listed as World Heritage Site and urban and tourism policies had obvious effects on this piece of urban structure (Santos, 2006, 2010). So far the latest intervention has been the construction, at least in part, of the City of Culture. This is a site of an architectural project on the urban periphery which, nevertheless, can have a direct impact on the historic centre; the proposed access of cable cars travelling from one end of the historic city could increase pressure on this space rather than reduce it. Both the economic crisis and a negative report from ICOMOS (2008) have paralysed this proposal, thus adding one more problem to the difficult management of the City of Culture.

Urban policies were implemented in a Special Plan for the Protection and Rehabilitation of the historic town, through the first draft of 1990 and its final approval of 1997. It was implemented by the city’s Consortium, a body that brought together the three public administrations (state, regional and local). An intensive rehabilitation and renewal programme was launched with the aim of going beyond mere physical regeneration and trying to address issues such as functional rehabilitation, both for shops and housing. Furthermore, it generated cultural centres and content for the city as a whole. Regarding aspects strictly related to tourism, a municipal tourism company was created in 1999 and a destination plan was developed and funded by the three public administrations in question. These were the pillars for a large share of the interventions undertaken.

The outcomes both of this tourism promotion policy, and urban development policies were dramatic. For example, between 1992 and 2006, the Consortium invested 195€ million, of which 33.9% were destined to the town centre and 25.7% to large facilities (Santos, 2010; Consorcio de Santiago and Grupo USC-PsiCOM, 2007). In practical terms, many houses and shops benefited from such funding, new parks were developed, unique buildings recovered, especially religious ones, and prestigious architects were employed for the design

and construction of author buildings for different purposes (such as social or cultural centres), etc. However, all these efforts did not put a stop to the demographic decline of the old walled town, with some 3,000 inhabitants today, compared with nearly 9,000 in 1965 or 4,300 in 1995, not to mention the 20,000 in the early twentieth century (Aldrey, 1999, 2006); neither have these efforts been able stop the alarming disappearance of convenience stores, key for daily life and now massively replaced by premises for tourism or symbolic uses.

If we focus on tourism, two parallel phenomena took place. Firstly, hotel supply increased through the introduction of large Spanish urban hotel chains, especially on the periphery; and also through the appearance of small lodgings in the city centre. In quantitative terms, there was an increase from 2,000 hotel beds in the mid 1990s to more than 5,000 at present, excluding other forms of accommodation. Of this total, 55% correspond to 4 and 5 star hotels. On the other hand, the second phenomenon was the increase in flows. Offering exact figures proves difficult. If we look at the statistics from the Spanish Statistics Institute (Instituto Nacional de Estadística - INE) for 2012 we can speak of some 540,000 travellers and around 1 million overnight stays in hotels. To these figures must be added the tourists who use alternative accommodation and day trippers. What is clear is that flows have increased significantly in recent years. Further insights into this development include an increase in the international market, which is already between 35 and 40% of the total, and a very high concentration of the visit is in a reduced space, especially around the cathedral area even if the tourist gaze is currently expanding towards the whole historic centre. The cathedral as an attraction was the highest ranking in visitor numbers for the whole of Spain (over 3 million) in 2010, a Holy Year, surpassing even the Alhambra in Granada.

Similar to other Spanish destinations, in Santiago, heritage-based mass tourism has presented new challenges in terms of management and appropriate tourism use. New problems arise from the unique nature of the resource (Millar, 1989). An added difficulty lies in the need to incorporate actors with differing perspectives of tourism (Garrod & Fyall, 2000; McKercher *et al.*, 2005). This requires the use of new tools. In the Spanish case, the Catholic Church, as the owner of a huge number of highly and culturally valued estates (cathedrals, churches, artwork,...) has become an important agent to be considered in designing policies and relevant tourist value. For its part, and as Shackley (2005) claims, the most important challenge to be faced by managers in the case of religious heritage is to

achieve compatibility and the approach between its sacred vision and the secular viewpoint of many cultural tourists.

With regard to the Cathedral of Santiago de Compostela, the problems derived from mass tourism became so obvious that it was necessary to design and implement a plan of use in order to combine its twin objective: a religious and a cultural/tourist one. According to the studies characterising tourist demand developed by the Tourism Observatory of Santiago de Compostela from 2005, around 92% of visitors to the city claim they wish to visit the cathedral, which often meant seeing the temple crowded with visitors, without following any order or taking any consideration during their visit. The need for a plan that would allow compatibility of uses was a view shared by both the religious authorities, who are responsible for managing the cathedral, and by the local and regional public tourist officials.

Thus, in 2007, it was decided to conduct a study on the conditions in which visits to the entire historic centre of Santiago took place. The aim was also to see how the pressure of tourism had an impact on the town's most significant resource. The fact that a Holy Year was to be held in 2010 with the subsequent arrival of visitors en masse, finally pushed, although slowly, the initiative forward. The above mentioned study was made possible by the signing of an agreement between the University of Santiago de Compostela and the regional government, with the participation of the cathedral's Chapter. In connection with the religious authorities, the initial reluctance arising, prior to the study, from some members of the Chapter, because of their eminently ecclesiastical use of the enclosure, were soon overcome due to the clear objective of the study being that of making suggestions for improvement. It should be noted that until now, however, only the first part of the work has been undertaken, i.e. the study of tourist pressure on the cathedral and the creation of measures to enable compatibility of use (religious and tourism-cultural), which are the most important details of this work and are shown below (1st phase). An analysis of the tourist visit and its impact on the spatial framework throughout the whole historic centre in Santiago remains pending.

4. The Cathedral of Santiago's Carrying Capacity. Methodology and Main Results

The theoretical concept underlying the design of the study is that of carrying capacity, first coined in the United States in the 1960s (Getz, 1983; O'Reilly, 1986; Coccossis & Parparris, 2000, among

others). According to Mexa & Collovini (2004), the most important objectives when developing a study on carrying capacity at present are related to the prevention of environmental pressure caused by tourism, increasing visitor satisfaction and, at the same time, ensuring the economic feasibility of tourism in the long run. The use of this term in the field of tourism has therefore been linked to that of sustainable management and it is one of the most widely quoted tools in the academia as a way to move towards environmentally friendly tourism in its widest sense. This tool implies, generically speaking, that tourism has to be looked at in a way in which some thresholds are never surpassed. Those thresholds must take various considerations into account such as the ecological, physical, economic, social and political dimensions, as well as the visitor experience (García Hernández, 2004). Estimating the carrying capacity implies, therefore, a definition of flow thresholds over which tourism does not only cause the deterioration of resources in physical or environmental terms, but also rejection by the community that should benefit from it. In this sense, stakeholders in tourism must not be reduced to public managers and the private tourism industry at destination point, but also include both locals and visitors. The latter should have the chance to enjoy their tourist experience in optimum conditions (O'Really, 1986). Estimating the carrying capacity of a destination or resource is therefore formulae to minimise the negative impact caused by tourism. The case studies developed, despite the difficulties of making the concept operational, have contributed to situating this tool as an added asset in the process of designing and implementing integrated policies for the planning of tourism spaces (Getz, 1983). This was precisely the objective initially set for Santiago de Compostela: to develop a study on the carrying capacity of the whole historic centre and the cathedral as its main resource. After the diagnosis from this study, a system of measures to guarantee the development of tourism was possible to be implemented, taking adequate management of visitor flows and sustainability criteria into account. Thus, we tried to follow the example of other historic towns suffering from the same kind of severe saturation problems caused by mass tourism such as Oxford (Glasson, 1994) or Venice (Cannestrelli & Costa, 1991), and making the concept work in practice.

Research, of which the results are presented below, began in March 2008 and lasted for approximately a year, was undertaken by the Centre for Studies and Research on Tourism at the Universidad de Santiago de Compostela (Cetur), under the guidance of experts belonging to the research group "Tourism, heritage and development" at the

Universidad Complutense de Madrid. The authors of this article, as members of Cetur, contributed their gathered knowledge on the destination and local tourist system in the Observatory for Tourism of Santiago, all belonging to the same centre. The methodology used was that designed by professors Miguel Ángel Troitiño Vinuesa and María García Hernández, at the Universidad Complutense de Madrid, and developed thanks to the knowledge gathered in previous studies on tourist use, carrying capacity levels and visitor flow management at other Spanish heritage sites of great relevance in tourism, for example the monumental ensemble of the Alhambra in Granada (García Hernández, 2001).

The main objective of this first phase, as has already been mentioned, was the analysis of the conditions in which tourist visits in the cathedral take place, as this is an enclosed location where saturation problems at particular times of the year required priority attention. The two axes around which this research was developed were, on the one hand, the study of the physical features of the cathedral and its equipment for public visits, and, on the other hand, the distinctive traces of its users and what each user type did in this space. As Shackley (2002) noted, there are different types of users among cathedral goers, establishing the primary distinction between those motivated by religious sentiment and those who fall within that of cultural or heritage tourism. These two motivations fall into the categories of viewpoints and different behaviours in relation to the same resource, and, in the case of Santiago de Compostela, threatened the very character of its sacred space.

The first aspect was analysed using the information provided by the Chapter, basically the cartographic data included in the Master plan for the Cathedral of Santiago de Compostela and its surroundings, as well as the relevant information gathered from field visits. The physical dimension of the carrying capacity enabled us to estimate the maximum number of people who could gather at the same time in the cathedral by using the relationship between the total available surface for movement and the minimum necessary space for a person to move freely around the cathedral. Although the standards of optimal pedestrian mobility are 4m² (García Hernández *et al.*, 2011) due to the limited available space, less restrictive criteria were used to establish a minimum area of 2m² per person.

The cartography study show that the available surface for movement within the temple was only 1.990m² approximately, in which case, the physical loading capacity was established in 995 people, as a maximum number of visitors who should be able to be inside at the same time. With regard to

the adequacy of the site for the public, the test's results revealed the clear absence of a policy for the cathedral's cultural tourist role. This is something that damaged the already complicated compatibility of uses due to its limited space. Some of the evidence revealing the absence of tourism management measures is:

The use, until then, of the four existing doors as exit and entry routes for visitors, together with long opening hours throughout the day. This fact favoured fast visitor access from any point of the historic centre, given the centre's small size and the temple's central location within the historic area.

The lack of information that would ease the visit and the visitors' spatial orientation in order to avoid crowding at busy times, and the lack of itinerary recommendations which would make the tour around the temple easier, with quick access to the most attractive elements.

The absence of dissuasive measures that would avoid the tourists' negative impact on other cathedral goers experience and which would tie in with the religious nature of the site.

The methodology used to study the profile and behaviour of cathedral visitors included techniques to find out both quantitative and qualitative data. Thus, analysis was performed to estimate the approximate number of people who enter the cathedral, with special focus on tackling which periods or particular days show higher figures. In terms of qualitative assessment, the characteristics and behaviours of different types of users inside the cathedral were also analysed. In order for us to reach a quantitative figure, six visitor counts were performed on particular days. The days were selected according to forecasts of visit levels (very high, average and low). The general cathedral entry counts were done manually by a team of eleven people, recording all entries and exits at the four

doors at fifteen minute intervals during the time the site was open to the public. Electronic counting mechanisms were discarded in order to obtain specific information on visitor groups accessing the cathedral (number of groups and number of people in each group). The result of the visitor counts show a higher than expected influx as no other study had previously achieved approximation of the daily visitor numbers. The average time spent inside the cathedral was estimated at around 20-30 minutes.

As mentioned above, the visitor counts took into account the distinction between individual visitors and visitor groups. This distinction was necessary in order to accurately measure the impact of group visits. Their characteristics (composition, behaviour, use and space occupation patterns, etc.) suggested that specific measures may need to be taken to manage their visits, especially at times when other groups or individual visitors are present. In the case of Santiago, many organised groups visiting the cathedral correspond to coach day trippers who spend a few hours in the city, so available statistics on the number of daily coach arrivals at the coach park close to the town centre (established as the mandatory drop off and pick up point for all tourist coaches) went towards helping programme specific visitor counts for studying the use they made of the site. The parameters studied for organised groups were the length and itinerary of the visit, most frequent entry times, places where they listened to the guide's explanations, entry and exit doors, etc. This information was obtained from monitoring and observing the behaviour of these visitor types throughout their visit, from the very moment the group entered the temple.

The results of the cathedral visitor counts showed a higher than expected influx because, until then, no other study had hinted at even an approximation. This has allowed us to set the

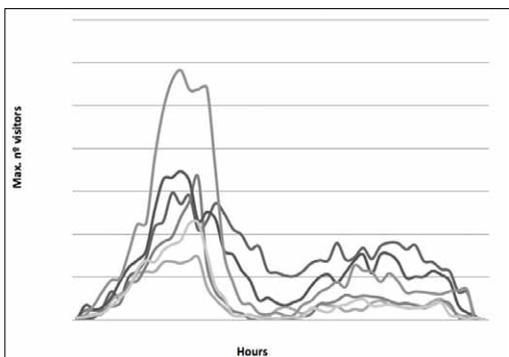
Table 1.- Visitor count - General Data

	Date	Weekday	Total Number of inflow counted	% individual visitors	% Visitor Groups	Estimated inflow	Average time of stay
1	22/03/2008	Saturday (Holy Week)	16,381	97,8%	2,2%	High	31 min.
2	26/05/2008	Monday	6,069	81,4%	18,6%	Low	26 min.
3	20/06/2008	Friday	8,942	82,0%	18,7%	Medium	24 min.
4	16/08/2008	Saturday	23,377	97,3%	2,7%	High	18 min.
5	11/10/2008	Saturday	16,181	93,3%	6,7%	High	31 min.
6	14/10/2008	Tuesday	6,332	79,6%	20,4%	Low	29 min.

minimum number at about 6,000 visitors entering the cathedral, with the weight of group visitors being higher on the days of low influx. For its part, the study led us to discover that in days of peak influx up to 23,000 people may visit the site. Tracking the groups, whose visit lasts about 45 minutes, also confirmed the impact free use and no space restrictions on their tour generated on the temple. This impact was greater on the days when there was also a large number of individual visitors whose transit was constantly conditioned by the movements of group visitors.

Likewise, the registration of entry at 15-minute intervals, from 9am to 9pm, allowed for the precise measurement of the rate at which visitors go into the cathedral, and the times in which the visitor numbers were higher. In all cases, the mornings were the most popular for cathedral visitors, both individually and in groups, while at 15 hours between 55 and 65 % of the total daily visits had already been completed. Maximum crowd levels corresponded with the time in which the religious ceremony known as “the Pilgrim’s mass” is conducted, between 12 and 13 hours and reaching some 3,000 people on some specific days. Furthermore, it is during this mass that the *Botafumeiro* (the incense burner) can be seen. Another rite that has become a tourist attraction in itself as it is quite spectacular (Murray & Graham, 1997). This often means that visitors and visiting groups enter the cathedral only at the moment when the *Botafumeiro* is used, as the registers prove.

Figure 1. Frequency of visitors entering the cathedral



In order to have an idea of the extent of the problems derived from the visitor crowds at particular times, we also have to analyse the relationship between the number of visitors inside the cathedral at any given point in time and the circulatory

surface available. According to our estimates, and using the data from the day counts conducted, at the highest peaks of visitor numbers inside the cathedral, the space available per person was never over 3 m²/person, and it even came down to 0.68 m²/person (the daily average was, however, between 2.82 and 8.97 m²/person). These figures clearly reveal the need to create measures to achieve a better redistribution of tourist flows throughout the whole day, as the visitor figures and the crowd levels were far lower in the afternoon and evening. These measures were needed, not just to preserve the religious function of the cathedral, but also to improve the quality of the tourist visit and contribute to a preservation of heritage and, needless to say, prevent public safety problems.

To complement the count information, the study included a survey carried out among the cathedral goers. Two questionnaires were used: one aimed at visitors who enter the cathedral for cultural reasons and another was for residents who came to the temple for religious or spiritual reasons. The aim was to find out the use that the two main types of visitors made and emphasise the social dimension of load capacity study (the one that referred to local people’s ability to accept the prejudices derived from tourism activity) and, also, to make an assessment of their experience in the temple by taking into account the attendance level on site at the time. In total there were 612 valid questionnaires, of which about one-fifth belonged to city residents. The ratio was determined by the results of a pilot survey conducted in cathedral some several months beforehand.

The information provided by visitors in Santiago and entering the cathedral (a total of 495) helped us to gather some information regarding the use they made of the site, apart from the demographic features of interest and others related to the journey to the city. They confirmed, in general, the data gathered by the Tourism Observatory of Santiago. The response analysis led to an identification of those must-see spots, and especially those where situations of incompatibility of use were common, situations derived from the different needs of tourists and those looking for some time to themselves or looking to attend mass. As expected, the resources highlighted as greater interest were the Pórtico da Gloria, the main altar, the Porta Santa or Holy Gate (only open in holy years), the Apostle’s crypt and the image of the saint, which is traditionally embraced by visitors. Except for the Portico, all other points are around the ambulatory, where the available space is considerably reduced and in which, therefore, crowds were frequent.

Table 2. – Activities carried out by residents and cathedral visitors

	Residents	Visitors
Listen to Mass	41%	33,1%
Stroll and take a visual tour and so on	41,9%	84,2%
Visit the Pórtico de la Gloria	12%	47,9%
Hug the Apostle	12%	49,9%
Visit the tomb of the Apostle	15,4%	59,2%
Visit the cathedral museum	3,4%	21,2%
Participate in a guided tour	1,7%	9,3%
Visit the cathedral rooftops	5,1%	9,9%
Show the cathedral to family or friends	29,1%	-
Others (pray, confess, visit shrines and so on)	28,2%	12,7%

In connection with the activities conducted within the temple it must be noted that in the responses given by both sets of visitors the majority's choice was: "to walk and take a visual tour around the cathedral", at 84% of all answers. This fact is in line with the estimated average time of 30 minutes spent visiting. Given the size of the cathedral this time is enough to take a tour of the points of greater interest. A relevant detail to be highlighted is the reduced role that the cathedral's museum has for tourism. In this sense, although around 20% of respondents claimed to have the intention of visiting it, in the days we checked, there were no more than 5.6% of cathedral visitors who finally did enter the museum. Thus, completing the survey data with the follow-up through direct observation of individual and group visitors, we prepared a catalogue of the different "critical", "sensitive" and "less conflictive" areas, according to the impact of visitors on the original religious function of the cathedral. We also identified the most frequent tours undertaken by organised groups as well as the spots chosen by guides to provide their explanations and where their prolonged presence acted as a "barrier" and

became an obstacle for the flow of the rest of the visitors. This analysis allowed us to truly identify the visiting patterns of the groups that contributed to an increase in congestion problems. Finally, we were able to estimate that 30-35 minutes is the average time that tourist guides spend giving explanations to their groups.

Finally, thanks to a series of specific questions included both in questionnaires for visitors and for residents, we were able to come closer to an assessment of their visit to the cathedral by taking the perception expressed by the goers themselves as a basis. In general terms, both groups gave a very high score when they were asked for a general assessment of their visit: 60% of visitors and 49.6% of residents graded it as "very good", while those grading it as "good" reached 35.6% and 43.6% respectively. Furthermore, they were exposed to six statements in order to know their level of agreement or disagreement (1 for "strongly disagree" and 4 for "strongly agree"). These opinions attempted to go deeper into the assessment that the church-goers made of their cathedral visit

Table 3. Resident and visitor opinions of possible control measures

	Average Score (5) Residents	Average Score (5) Visitors
"There are too many people inside the cathedral"	2,8	2,4
"Access should be limited during mass"	3,0	2,9
"There should be more silence in the cathedral"	3,3	3,0
"I would like to visit other areas inside."	2,9	3,2
"They should regulate entry and allow guided visits only"	1,3	1,5
"A symbolic price should be charged for the visit"	1,7	2,0

and their support for the possible introduction of measures to control visitor flow inside the site.

The results obtained were not as conclusive as had been expected. The differences between the views of residents and visitors cannot be considered clear on issues which should be more evident. In general, there is consensus on stating that the cultural tourist visit produces unwanted effects (too many visitors, noise, etc.). However, respondents are not in favour of extreme measures to regulate cathedral entry. Disincentives such as the requirement to pay a nominal fee or the requirement of a guided visit obtain a low degree of acceptance among both groups, and even, somewhat surprisingly, visitors seem to show a better understanding of these kinds of constraints.

As explanatory reasons for this lack of conclusive statements, we need to quote some things already highlighted by Gigirey in his 2003 study. There was evidence that many residents who are frequent users of the cathedral have had to modify their behaviour in order to avoid the negative effects that the tourist visit caused on their own use of the temple. Thus, they tend to avoid it in peak tourist hours, when the arrival of visitors in the city is greater. Likewise, among those who come to pray, the usual practice is to take refuge in the chapels where tourist access is prohibited. This allows them to achieve the desired atmosphere for meditation. The observance of these practices results in the maintenance of separate places for residents and visitors. This fact could explain the lack of a more emphatic viewpoint from the residents.

Those surveyed were asked about charging an entrance fee for cathedral access, although this measure has been rejected by ecclesiastical authorities for reasons of a different nature quoted by Shackley (2005). The justification for this refusal was that as it is a pilgrimage cathedral it is not appropriate to establish such a restrictive measure. They also consider that it would cause rejection among visitors who have already had to pay a small fee for museum access.

5. Management of Visitor Flows in the Cathedral of Santiago de Compostela

The analysis undertaken led to the development of a diagnosis and a related set of measures to be introduced in an integrated implementation plan so that the significant problems identified could be solved. Such measures included both short-term and long-term interventions, as the latter required much time and effort due to the complexity of their implementation, both from a logistics as well as from an economic point of view. In any case,

implementation was in the hands of the Chapter and it was the Chapter who had given approval.

Regardless of the final implemented action, and before taking any further steps, the study team issued a recommendation to set up a communication campaign to disseminate the study, diagnosis and the plan of corrective measures. This campaign should address stakeholders of all kinds, with the aim of creating awareness around existing problems and try to avoid hypothetical rejection of the plan, due to the regulatory nature of the proposal. In fact, some concerns had already been shown during the organisation of the field work by some groups. In particular, the group of guides feared that the introduction of measures to arrange organised group visits (such as the need to arrange an appointment and the imposition of a maximum number of groups per day) would decrease the need for their services. The remaining proposals were the following:

- 1) The establishment of an information and interpretation centre as a prior step to any visits to the cathedral in the Palacio de Xelmírez, a building annexed to the cathedral, where historic and heritage information about the temple would be provided and tourist-related services that allowed for a better redistribution of tourist flows will be given: information on visiting times, recommended itineraries, usage norms, and an audio-guide service in order to reduce noise inside the cathedral, etc.
- 2) The rearrangement of mass times. The times of mass and other religious rituals inside different chapels should be reorganised so that there are clear time spans dedicated to only religious activities and some others specifically for tourism. Another recommendation was to have more masses during the day at particular periods, so that a better redistribution of visitors throughout the day would be possible. Access to the temple during mass would be absolutely prohibited to tourists.
- 3) A recommendation to have itineraries to visit the cathedral. The implementation of this measure would imply permanently closing the main gate on the façade of O Obradoiro (except, of course, on especially significant days) and using the side doors as exclusive access or exit points for visitors. This measure would try to ensure that tourists did not "invade" the spaces for religious rituals.
- 4) Specific management of organised tours. This would just be done through the setting up of a system of prior bookings through which their step-by-step entry could be organised, taking into account the average time these visits tend to last and the agreement with the policies

designed for this, which could be more or less restrictive depending on the time of the year and even depending on the number of visits on particular days. These planning tasks would help attenuate the impact of the groups going through the cathedral on days where individual visitors are expected en masse. At the same time, groups would have clearly set itineraries for their visit, as well as spots where tourist guides would have to compulsorily give their explanations. A requirement for their access to the cathedral would be that they use radio guides to lessen their noise pollution.

- 5) The setting up of e-counters for visitors. These tools could help us get to know the number of visitors in the cathedral at all times. This would help to temporarily stop entry once the established physical carrying capacity threshold was surpassed. According to the threshold set (1,000 people), the average duration of the tourist visit (some 30 minutes maximum), and considering that there were eight available hours for public visits, accessing the cathedral could not surpass 16,000 visitors per day.
- 6) The refurbishing of temple areas that are not currently open to the public and the redesign of other areas of interest and museum artifacts, after paying a fee could contribute to stopping the overcrowding of the central nave and improve the use of spaces. Such itineraries should include the Palacio de Xelmírez, the Crypt, the Portico da Gloria, the upper tribune and the current museum cloister area.
- 7) The creation of an office or specific unit in charge of managing the public's visits in the cathedral. This unit, is specifically designed to coordinate and plan all aspects related to this secondary use of the temple and could be inserted into the structure of the cathedral's Foundation, founded in 2008 by the Chapter. This would act as a preferential link with the rest of the tourist agents.

The political change in the regional government in 2009 and the replacement of the heads of tourism brought with it a stop to all matters corresponding to the second phase of the study which would have looked at the area space for the whole historic centre of Compostela. However, at the insistence of the cathedral's Chapter, the new government finally agreed to fund the implementation of some of the proposed measures that have been gradually implemented, although in some cases not in the same way as suggested by the researchers.

The first measure that had the largest impact on public opinion was the imposition of restrictions of

free access to the cathedral during the 2010 Holy Year. The implementation of an electronic system to register entry and exit made concentration levels known at all times, and the company staff employed to this effect were able to control the doors and stop entry when a particular level was reached. A maximum gathering of 1,300 people was initially established, although this number was modified on special days due to the long queues formed around the cathedral. Specific doors were also established for entry and exit, together with specific routes for cathedral visits. Despite all these changes, images of crowds of visitors invading the neighbouring streets and squares eagerly waiting to enter the cathedral became habitual and meant disturbances and a significant nuisance, especially for residents and also for shops in the historic centre. The latter claimed that these queues not only hindered access to their shops, but also that the time visitors used in waiting to access the cathedral was time lost for other activities, such as visiting souvenir shops and restaurants, which meant lower expenditure by tourists at destination. From the point of view of residents, going for a walk or simply crossing the old town to reach other areas in the city became a hard and often stressful task. Even if the bodies responsible did not make a public statement regarding the total number of visitors accessing the cathedral throughout 2010, according to the estimates of an article published in the local newspaper, the annual figure could be placed at around 3.7 million.

In regard to the development of the visit inside the temple, from this study the problems of lack of information for the visitor were effectively resolved. This has been achieved through the launch of a visitor reception centre and the installation of information panels that give guidance on timetables for religious acts and warn about inadequate behaviours. Similarly, the Cathedral's Foundation has been chosen to be in charge of managing all the issues related to the tourist visit. Its latest act, surprising due to the reluctance initially shown to the proposals of 'the nature of the material' has been the creation of a set of itineraries upon request and with the payment of the corresponding fee. This allows the visitor to see spaces which are not available free of charge. With regard to the visitors' organised groups, their staggered entry now offers minimised impact on the temple. Their route is now defined and audio guide use is requested. As expected, these measures were not positively accepted by the group of tour guides who, in their opinion, were not responsible for the overcrowding in the cathedral.

6. Discussion and Conclusions– Santiago, More than a Cathedral

There is no doubt that the initiative aimed at regulating visitor flows in the Cathedral of Santiago de Compostela was interesting even if the results were not as expected. According to us, the most significant problem is that we cannot just act on an element, however important that may be. Having a vision of the destination as a whole is the key to successful management. Moreover, as we have already seen, partial implementation of the measures proposed may generate more conflict than it solves.

Santiago as a destination is characterised by a reduced space for tourism which is basically located around the cathedral and the surrounding squares and streets. Therefore, and knowing that over 90% of visitors go to see this monument, according to data from the Tourism Observatory of Santiago, it is only logical that efforts should focus on trying to take physical and perceptual pressure away from it. As measures cannot be of direct economic character, flow management becomes the only solution.

We are convinced of the fact that the proposals presented by the study group and analysed in previous sections could have solved a significant part of the problems. We believe, however, that there was no will to really confront the complexity of the matter from an integrated approach. Basically, what was done was to organise entry to different parts of the temple and prevent surpassing the maximum number of people inside with a figure that was not set according to the proposal made, but chosen according to the Chapter's criteria. As a consequence thereof, the external scenario significantly changed and gave way to a panorama where never-ending queues of visitors became the norm. All in all, pressure was maintained both inside and outside, with human barriers hindering free circulation through squares and streets.

Nevertheless, as we have already mentioned, the problem does not only lie in the management of the monument but in the city as a whole. The measures proposed for the cathedral were merely circumstantial in order to overcome the overcrowding expected for the 2010 Holy Year; after this critical period, everything has gone back to normal until the new 2021 Holy Year. We believe that a great opportunity has been missed for the presentation of deeper solutions that might have favoured an integrated vision of the destination.

The most significant problems the destination has to face are the pressure on the cathedral and its surroundings, day trippers and the loss of the traditional residential and shopping functions. Obviously, these are no easily solved immaterial matters but they require appropriate management

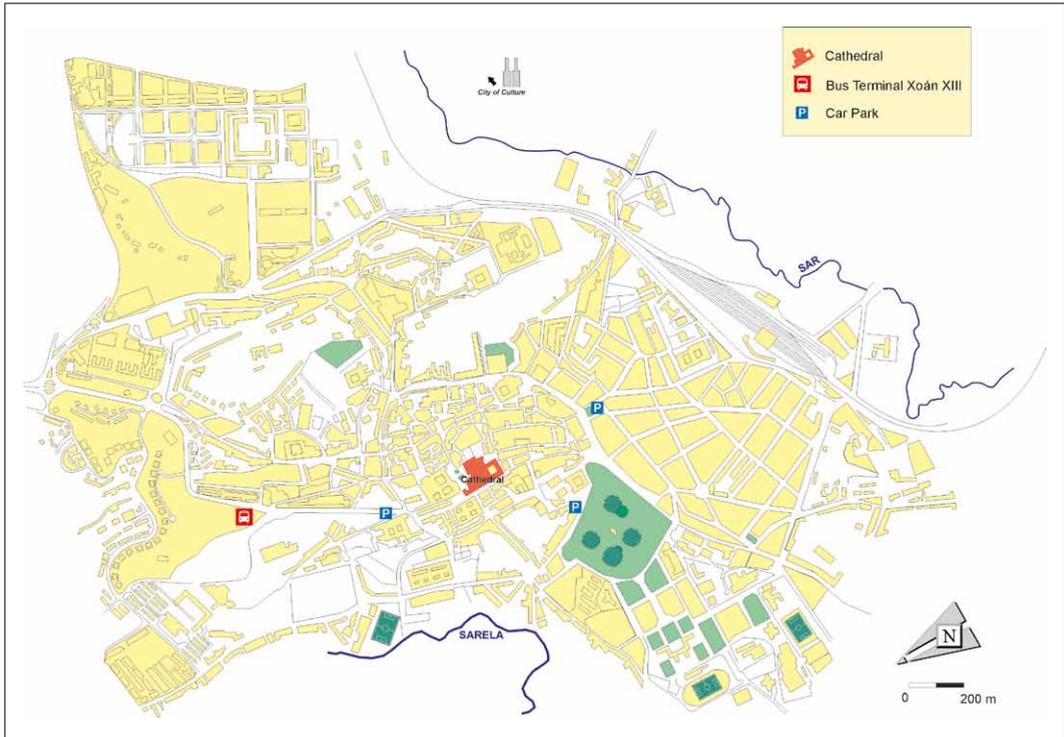
of the destination and the participation of all sectors involved, including the Church. The dialogue between the public administrations and this institution are not always smooth, at least from the point of view of tourism. We must not forget that, at least in Santiago, it is religious heritage that becomes the focus of the tourist offer and that the promotion of the city revolves around it, for example, with the 2010 Holy Year or the 800th anniversary of the consecration of the temple in 2011.

The three problems mentioned in the paragraph above must be addressed together and not as isolated matters. In fact, the behaviour of day trippers, which make up around 30% of visits, is very much linked to the activity of the cathedral itself, especially during holy years, when overcrowding is more obvious. The operation of the huge incense burner called *botafumeiro* during the pilgrim's mass attracts groups that crowd the temple. It is because of this that the proposal to regulate flows foresaw not just a system of prior booking, but also a change in the timings of mass in order to prolong the stay of tourists for the whole day, especially as they would have to stay for lunch, and thus increase their expenditure in restaurants.

But the problem of day trippers is also present in the most important entry gate in the city. This is located some 200m away from the cathedral where buses have to park and leave their passengers. For individual day trippers, different locations around the old town can help locate the visitors very close to the central attraction point. All this means that in a highly reduced period of time they can see the cathedral, buy souvenirs in various shops on the street leading to the cathedral square and even walk around the monument's nearby streets where, no doubt, the most important material heritage of historic-artistic value is concentrated.

The document Plan de Marketing Estratégico del Turismo de Santiago de Compostela (2004) does not refer to changing this access point but it does, however, refer to the creation of a new tourism node to help stop overcrowding the cathedral. Nevertheless, this objective seems difficult to accomplish if we do not act on the other one. The proposal of a new spot is based on the presence of two important cultural centres, the Galician Modern Art Centre and the Galician Museum. Failure of this plan is shown in the decrease in visits to both museums in recent years, despite the fact that they are on the urban track of the Way to Santiago.

In recent years, this secondary node has been redesigned with the intention of establishing a cable car station connecting the town with the City of Culture, an architectural macro-project designed by the prestigious architect Peter Eisenman. Despite the overwhelming negative report of ICOMOS,

Figure 1 Santiago de Compostela: bus terminal and car parks around the historical city

local authorities still insist on the pertinence of the proposal and that it would help revitalise the sector in the historic centre and solve, in part, the question of the entry point as the vast number of parking spaces at the City of Culture could work as a car park for any visitors who want to access the centre.

The City of Culture (Fique, 2012; Dempsey, 2012) is also an opportunity to enlarge the tourism space in Santiago. At the beginning of 2011, the first buildings were officially opened in this ensemble and it has been designated by some local and regional politicians as the new cathedral of the 21st century. It is expected to become a new node with a high attraction capacity for visitors. This is a proposal based on the success of the Guggenheim museum in Bilbao, which has generated much literature on the “Guggenheim effect” (Plaza, 1999, 2000; McNeill, 2000; Gómez & González, 2001; Esteban, 2007;...). This describes how a building becomes a central element, and it was later replicated in other Spanish cities. However, the difference between both examples is significant – the Guggenheim museum was opened in 1997 and became an innovative formula, of urban renewal, at least in Spain; the project in Bilbao was associated to a globally known brand name. Unlike, in this

case, the example of Santiago has not paved the way to a tool for urban regeneration (Hamnett & Shoval, 2003) and in fact it is physically separated from the city.

Therefore, the success of the Guggenheim Museum does not just rely on the spectacular character of the building unlike the City of Culture, which relies on appearance rather than the content, which seems to be a secondary matter. In fact, the buildings are not thought of in terms of tourism, at least those already opened: the Library and the Galician Archives. In several phases of development, some even at the outset, are the Museum of Galicia, the Centre for Music and Stage Arts, and the International Art Centre. In any case, we will have to observe how this is integrated in the consolidated tourism landscape. This is not just a physical matter of linking both nodes, but also, and especially, of supply compatibility between the historic centre that specifically attracts pilgrims, religious tourists and cultural visitors, and a second focus of exclusively architectural interest. The meeting point may be mass cultural tourism being triggered more by shape than by content, more by superficial consumption than matter.

One of the central debates that must be had on the topic of tourism in Santiago is the progressive physical expansion that this phenomenon is reaching. The measurement established by Glasson, Godfrey and Goodey in 1995 (van der Borg *et al.*, 1996) on the impact of tourism on a destination has, in the case of Santiago, moved from an individual attraction (the cathedral and its surroundings) to the whole old town. In terms of land use, this is translated into an alarming disappearance of local shops and the multiplication of tourist shops, which reduces the locals usage needs of this space. Even in a place as significant for locals as the food market place, located in the historic centre, visits have started increasing, which has led to an increase in the number of shops for visitors, although this is an incipient phenomenon that may accelerate over the coming years.

The relevant matter is whether visitor flows should be concentrated in a particular space, such as in Bruges (Beernaert & Desimpelaere, 2001), where the local authorities stimulated this concentration around the Golden Triangle to ease pressure on the local population (Bryon & Neuts, 2008). Santiago's clear option is the redistribution of visitors. In fact, the proposal of a second node had this in mind, the same as offering the market as a place for visitors. However, few efforts have been made to incorporate the 20th century city, there have only been proposals that have marginalised these sectors of the city. For example, an itinerary of parks and gardens is offered in the surroundings of town but this avoids exploring new developments; modern author architecture is another reference but looks again towards monuments. It is true that the neighbourhoods in the new development area (*ensanche*) are basically the fruit of the accelerated growth after 1960 and they do not offer much to see. Nevertheless, it is also true that there are some material and non material elements that, if value is attached to them, may become interesting, such as the university environment or alternative cultural movements. It is at least interesting to see how the no longer existing walls surrounding the historic centre still act physically and mentally: traffic filled streets set the boundaries that many visitors do not dare to cross.

To summarise, tourism in the City of Santiago de Compostela, as in many other heritage destinations, has to cope with many problems. Maybe the most important one is to release the tension on its most important attraction. However, the measures adopted can neither be circumstantial nor isolated for the whole destination. Everything that happens in relation to a visit to the cathedral has some significant impact on the whole space for tourism. That is why cooperation is also needed

across the public administrations and the Church, owner of the item that generates an activity of obvious economic, social and cultural impact.

References

- Aldrey, José A.
1999. *Análise da poboación na área urbana de Santiago de Compostela*. Santiago de Compostela: Consorcio de Santiago.
2006. "Demographic sustainability of the historical quarters. A proposal based on the case of Santiago de Compostela". In Lois Rubén (Ed.), *Urban changes in different scales: systems and structures* (pp. 651-663). Santiago de Compostela: Universidad de Santiago de Compostela.
- Antón Clavé, Salvador and González Reverté, Francesc (Coords.).
2005. *Planificación territorial del turismo*. Barcelona: UOC.
- Ashworth, Gregory
1989. "Urban Tourism: an imbalance in attention". In Cooper, Christopher (Ed.), *Progress in Tourism, Recreation and Hospitality Management*. Vol. 1 (pp. 33-54). London: Belhaven.
1990. "The historic city of Groningen: which is sold to whom?". In Ashworth, Gregory and Goodall, Brian (Eds.), *Marketing tourism places* (pp. 138-155). London-New York: Routledge.
1994. "From history to heritage-from heritage to identity. In search of concepts and models". In Ashworth, Gregory and Larkham, Peter J. (Eds.), *Building a new heritage: tourism, culture and identity in the new Europe* (pp. 13-30). London-New York: Routledge.
1995. "Managing the cultural tourist". In Ashworth, Gregory and Dietvorst, A. (Eds.), *Tourism and spatial transformations. Implications for policy and planning* (pp. 265-283). Wallingford: CAB International.
2003. "Urban Tourism: still an imbalance in attention?". In Cooper, Christopher (Ed.), *Classic Reviews in Tourism* (pp. 143-163). Clevedon: Channel View.
- Ashworth, Gregory and Page, Stephen J.
2011. "Urban tourism research: Recent progress and current paradoxes". *Tourism Management*, 32 (1): 1-15.
- Ashworth, Gregory and Tunbridge, John E.
1990. *The tourist historic-city*. London: Belhaven.
- Barrado, Diego A. and Galiana Martín, Luis
2006. "Ideas y modelos de planificación territorial en los orígenes del turismo de masas español". *Revista de Estudios Turísticos*, 167: 7-36.
- Beernaert, Brigitte and Desimpelaere, Werner
2001. "Bruges, Belgium". In Pickard, Robert, *Management of Historic Centres* (pp. 8-30). London: Spon Press.

- Bryon, Jeroen and Neuts, Bart
2008. "Crowding and the tourist experience in an urban environment: a structural equation modeling approach". Available at http://www.steunpunttoerisme.be/main/files/nieuwsbrief/oktober_2008/paperNVVS_bart_neuts.pdf. Accessed 23 November 2012.
- Calvo Santiago, Ana
2011. "La Catedral de Santiago desbanca a la Alhambra". *El Correo Gallego*, 2011 February 2. Available at <http://www.elcorreogallego.es/santiago/ecg/catedral-santiago-desbanca-alhambra/idEdicion-2011-02-02/idNoticia-635614/>. Accessed 17 September 2012.
- Canestrelli, Elio and Costa, Paolo
1991. "Tourist carrying capacity: a fuzzy approach". *Annals of Tourism Research*, 18 (2): 295-311.
- Centro de Estudios e Investigaciones Turísticas de la Universidad de Santiago de Compostela (Cetur).
2005, 2006, 2007, 2008, 2009. *Observatorio Turístico de Santiago de Compostela: Estudio de Caracterización de la Demanda Turística. Informes anuales*. Unpublished.
2009. *Estudio sobre Capacidad de Acogida y Ordenación de Flujos en la Catedral de Santiago de Compostela*. Unpublished.
- Coccosis, Harry and Mexa, Alexandra (Eds.).
2004. *The challenge of tourism carrying capacity assessment: theory and practice*. Aldershot: Ashgate.
- Coccosis, Harry and Parpairis, Apostolos
2000. "Tourism and the environment: some observations of the concept of carrying capacity". In Briassoulis, Helen and van der Straaten, Jan (Eds.), *Tourism and Environment: Regional, Economic and Policy Issues* (pp. 23-33). Dordrecht: Kluwer Academic Publishers.
- Consortio de Santiago de Compostela and Grupo USC-PsiCOM
2007. *Avaliación das Políticas Públicas do Consorcio de Santiago de Compostela (1992-2006)*. Santiago de Compostela. Unpublished.
- de la Calle, Manuel
2002. *La ciudad histórica como destino turístico*. Barcelona: Ariel.
- Dempsey, Kara
2012. "'Galicia's Hurricane': actor networks and iconic constructions". *The Geographical Review*, 102 (1): 93-110.
- Edwards, Deborah, Griffin, Tony and Hayllar, Bruce
2008. "Urban Tourism Research. Developing an agenda". *Annals of Tourism Research*, 35 (4): 1032-1052.
- Esteban Talaya, Águeda
2000. "La investigación turística en la Universidad española". *Revista de Estudios Turísticos*, 144-145: 155-180.
- Esteban, Iñaki
2007. *El efecto Guggenheim. Del espacio basura al ornamento*. Barcelona: Anagrama.
- Ferrer Regales, Manuel
2003. *Los centros históricos en España. Teoría, estructura, cambio*. Pamplona: Gobierno de Navarra.
- Fique, Simon
2012. "Ciudad de la Cultura: Modernity and Architecture in Santiago de Compostela". *Consilience, The Journal of Sustainable Development*, 1: 34-49.
- Frangialli, Francesco
2003. "Discurso de apertura". In *Desarrollo turístico integral de ciudades monumentales* (pp. 15-22). Granada: Patronato Provincial de Turismo de Granada.
- Galí, Nuria and Donaire, José A.
2005. "The social construction of the image of Girona: a methodological approach". *Tourism Management*, 26: 777-785.
- García Hernández, María
2001. "Capacidad de acogida turística y gestión de flujos de visitantes en conjuntos monumentales: el caso de La Alhambra". *Patrimonio Histórico, Boletín del Instituto Andaluz del Patrimonio Histórico*, vol. 36: 124-137.
2004. La inserción de la función turística en los conjuntos monumentales españoles. Implicaciones para la gestión de los flujos de visitantes. *Geocalli, Cuadernos de Geografía de la Universidad de Guadalajara (México)*, vol. 9: 15-107.
- García Hernández, María, de la Calle Vaquero, Manuel and Mínguez García, M^a del Carmen
2011. "Capacidad de carga turística y espacios patrimoniales. Aproximación a la estimación de la capacidad de carga del conjunto arqueológico de Carmona (Sevilla, España)". *Boletín de la Asociación de Geógrafos Españoles*, 57: 219-241.
- Garrod, Brian and Fyall, Alan
2000. "Managing heritage tourism". *Annals of Tourism Research*, 27 (3): 682-708.
- Getz, Donald
1983. "Capacity to absorb tourism: Concepts and implications for strategic planning". *Annals of Tourism Research*, 10 (2): 239-263.
- Gigirey Vieiro, Antonio
2003. "Turismo cultural en lugares sagrados desde la perspectiva de los residentes. Un estudio de la catedral de Santiago de Compostela". *Estudios Turísticos*, 158: 79-108.
- Glasson, John
1994. "Oxford, a heritage city under pressure". *Tourism Management*, 15 (2): 137-144.

- Gómez, María V.
1998. "Reflective Images: the Case of Urban Regeneration in Glasgow and Bilbao". *International Journal of Urban and Regional Research*, 22 (1): 106-121.
- Gómez, María V. and González, Sara
2001. "A Replay to Beatriz Plaza's 'The Guggenheim-Bilbao Museum effect'". *International Journal of Urban and Regional Research*, 25 (4): 898-900.
- González Jesús and Santos, Xosé
2007. "Historical cities and tourism in Spain". In Du, Guoqing (Ed.). *Tourism and urban transformation* (pp. 49-72). Tokio: Rikkyo University Press.
- Hamnett, Chris and Shoval, Noam
2003. "Museums as flagships of urban development". In Hoffman, Lily M., S. Fainstein, Susan and Judd, Dennis R. (Eds.). *Cities and Visitors: Regulating People, Markets, and City Space* (pp. 219-236). Oxford: Blackwell.
- Hovinen, Gary R.
1995. "Heritage issues in urban tourism. An assessment of new trends in Lancaster County". *Tourism Management*, 16 (5): 381-388.
- ICOMOS- Comité Nacional Español
2008. *Informe de ICOMOS España sobre la construcción de un teleférico entre la Estación, la "Cidade da Cultura" y el centro histórico de Santiago de Compostela (23 Septiembre 2008)*. Available at <http://www.coag.es/websantiago/pdf/informeteleferico.pdf>. Last Accessed 22 January 2014.
- Instituto Nacional de Estadística - INE
2012. Encuesta de Ocupación Hotelera. Available at www.ine.es. Last Accessed 22 January 2014.
- Jansen-Verbeke, Myriam
1997. "Urban tourism. Managing resources and visitors". In Wahab, Salah and Pigram, John J. (Eds.). *Tourism, development and growth: the challenge of sustainability* (pp. 237-256). London-New York: Routledge.
- López-Guzmán, Tomás J. and Lara de Vicente, F.
2003. "El turismo cultural de las ciudades patrimonio de la Humanidad. Aspectos Económicos". Buenos Aires: III Encuentro de Turismo Cultural. Available at <http://www.naya.org.ar/turismo/encuentro2003/ponencias/19%20turismo%20y%20patrimonio%20humanidad.htm>. Accessed 21 June 2012.
- Li Mimi, Wu, Bihu, and Cai, Liping
2008. "Tourism Development of World Heritage Sites in China: a Geographic Perspective". *Tourism Management*, 29 (2): 308-319.
- Maitland, Robert
2006. "How can we manage the tourist-historic city? Tourism strategy in Cambridge, UK, 1978-2003". *Tourism Management*, 27 (6): 1262-1273.
- Marchena, Manuel J. (Ed.)
1998. *Turismo urbano y patrimonio cultural. Una perspectiva europea*. Sevilla: Patronato Provincial de Turismo de Sevilla.
- McKercher, Bob, Ho, Pamela S. Y., and du Cros, Hilary
2005. «Relationship between tourism and cultural heritage management: evidence from Hong-Kong». *Tourism Management*, 26 (4): 539-48.
- McNeill, Donald
2000. "McGuggenisation? National identity and globalisation in the Basque Country". *Political Geography*, 19 (4): 473-494.
- Mexa, Alexandra and Collovini, Anna
2004. "Managing the impacts of tourism in European destinations: using carrying capacity". In Coccossis Harry and Mexa, Alexandra (Eds.). *The challenge of tourism carrying capacity assessment: theory and practice* (pp. 245-275). Aldershot: Ashgate.
- Millar, Sue
1989. "Heritage management for heritage tourism". *Tourism Management*, 10 (1): 9-14.
- Ministerio de Industria, Turismo y Comercio
2005. *Catálogo de Carteles Oficiales de Turismo, 1929-1959*. Madrid: Ministerio de Industria, Turismo y Comercio
- Murray, Michael, and Graham, Brian
1997. "Exploring the dialectics of route-based tourism: the Camino de Santiago". *Tourism Management*, 18 (8): 513-524.
- Naoi, Taketo, Yamada, Takanobu, Lijima, Shoji and Kumazawa, Takayuki
2011. «Applying the caption evaluation method to studies of visitors' evaluation of historical districts». *Tourism Management*, 32 (5): 1061-1074.
- O'Reilly, A. M.
1986. "Tourism carrying capacity: concept and issues". *Tourism Management*, 7 (4): 254-258.
- Organización Mundial del Turismo
2004. *Gestión de la saturación turística en sitios de interés natural y cultural. Guía práctica*. Madrid: Organización Mundial del Turismo.
- Page, Stephen J.
1992. "Managing tourism in a small historic town". *Town and Country Planning*: 208-211.
1995. *Urban Tourism*. London: Routledge.
- Pearce, Douglas G.
2001. "An Integrative Framework for Urban Tourism Research". *Annals of Tourism Research*, 28 (4): 926-946.
- Plan de Marketing Estratégico del Turismo de Santiago de Compostela*. 2004. Santiago de Compostela: Turismo de Santiago.
- Plaza, Beatriz
1999. "The Guggenheim-Bilbao Museum effect: a reply to María V. Gómez 'Reflective images: the case of urban regeneration in Glasgow and Bilbao'". *International Journal of Urban and Regional Research*, 23 (3): 589-92.

2000. "Evaluating the influence of a large cultural artifact in the attraction of tourism. The Guggenheim Museum Bilbao case". *Urban Affairs Review*, 36: 264-274.
- Poira, Yaniv, Butler, Richard and Airey, David
2003. "The core of heritage tourism". *Annals of Tourism Research*, 39 (1): 238-254.
- Prats, Fernando
2003. "Turismo y desarrollo sostenible en las ciudades históricas en España". In *Desarrollo turístico integral de ciudades monumentales* (pp. 413-427). Granada: Patronato Provincial de Turismo de Granada.
- Precedo Ledo, Andrés
1996. *Ciudad y desarrollo urbano*. Madrid: Síntesis.
- Richards, Greg
2002. "Tourism attraction systems. Exploring cultural behaviour". *Annals of Tourism Research*, 29 (4): 1048-1064.
- Russo, Antonio P.
2002. "The "Vicious Circle" of tourism development in heritage cities". *Annals of Tourism Research*, 29 (1), 165-182.
- Russo, Antonio P. and van der Borg, Jan
2002. "Planning considerations for cultural tourism: a case study of four european cities". *Tourism Management*, 23 (6): 631-637.
- Santos, Xosé
2006. "El Camino de Santiago: turistas y peregrinos hacia Compostela". *Cuadernos de Turismo*, 18: 135-150.
2010. "Santiago de Compostela, Gestión Urbana en una Ciudad Patrimonio Mundial". In *Soluciones Sostenibles para las Ciudades Patrimonio Mundial* (pp. 117-137). Valladolid: Fundación del Patrimonio Histórico de Castilla y León.
- Santos, Xosé and Lois, Rubén
2011. "El Camino de Santiago en el contexto de los nuevos turismos". *Estudios Turísticos*, 189: 95-116.
- Secretaría General de Turismo
1990. Libro Blanco del Turismo Español. *Estudios Turísticos*, 108: 3-60.
1992. *Plan Marco de Competitividad del Turismo Español: 1992-1996*. Madrid: Ministerio de Comercio y Turismo.
- Shackley, Myra
2002. "Space, sanctity and service; the English cathedral as heterotopias". *International Journal of Tourism Research*, 4: 345-352.
2005. "Service delivery" at sacred sites. Potential contribution of management science". *European Journal of Science and Theology*, 1 (4): 33-40.
- Silberberg, Ted
1995. "Cultural tourism and business opportunities for museums and heritage sites". *Tourism Management*, 16 (5): 361-365.
- Stuart-Hoyle, Marion and Lovell, Jane
2006. "Liberating the heritage city: towards cultural engagement". In Smith, Melanie K. and Robinson, Mike (Eds.), *Cultural tourism in a changing world* (pp. 290-303). Clevedon: Channel View Publications.
- Timothy, Dallen J.
2011. *Cultural heritage and tourism. An introduction*. Clevedon: Channel View.
- Troitiño Vinuesa, Miguel A. (Coord.)
2009. *Ciudades Patrimonio de la Humanidad: Patrimonio, Turismo y Recuperación Urbana*. Sevilla: Universidad Internacional de Andalucía.
- Troitiño Vinuesa, Miguel A. and Troitiño Torralba, Libertad
2010. "Historic Cities and Tourism: Functional Dynamics and Urban Policy". *The Open Urban Studies Journal*, 3: 47-57.
- Troitiño Vinuesa, Miguel A., de la Calle Vaquero, M., García Hernández, María and Troitiño Torralba, Libertad
2009a. Observatorio Turístico del Grupo de Ciudades Patrimonio de la Humanidad de España. Madrid: Universidad Complutense.
- 2009b. Observatorio Turístico del Grupo de Ciudades Patrimonio de la Humanidad de España. Informe 2008. Madrid: Universidad Complutense de Madrid y Grupo de Ciudades Patrimonio de la Humanidad de España. Available at http://www.ciudadespatrimonio.org/publicaciones/1293707576_Informe2008.pdf. Last access 22 January 2014.
- Urry, John
2002. *The Tourist Gaze - 2nd Edition*. London: Sage.
- van der Borg, Jan, Costa, Paolo, and Gotti, Giuseppe
1996. "Tourism in European Heritage Cities". *Annals of Tourism Research*, 23 (2): 306-321.
- Williams, Allan M.
2010. "Mass tourism, culture and the historic city". *Rivista di Scienze de Turismo*, 2: 9-29.
- Yang, Chih-hai, Lin, Hui-lin and Han, Chia-chun
2010. "Analysis of International Tourist Arrivals in China: The Role of World Heritage Sites". *Tourism Management*, 31 (6): 827-837.

Recibido: 23/09/2013

Reenviado: 23/01/2013

Aceptado: 21/03/2014

Sometido a evaluación por pares anónimos



Responsabilidad y Turismo

**Agustín Santana Talavera
Alberto Jonay Rodríguez Darías
Pablo Díaz Rodríguez
(Coords.)**

PASOS
Revista de Turismo y Patrimonio Cultural

Colección PASOS edita, nº 10

Perspectives analytiques à considérer à propos du rôle de l'Etat dans le tourisme

Rodrigo Meira Martoni*

Université Fédérale d'Ouro Preto (Brésil)

Marcos Aurelio Tarlombani da Silveira**

Université Fédérale du Paraná (Brésil)

Résumé: L'étude suggère que deux perspectives analytiques doivent être considérées lorsqu'on cherche à comprendre les dynamiques socio-spatiales promues par l'État dans le domaine du tourisme: l'une est généraliste et souligne que le pouvoir de l'État se identifie avec le pouvoir de la classe; et l'autre se concentre sur les aspects conjonctureles, où le pouvoir exercé par voie de la structure de l'État peut détenir une certaine autonomie opérationnelle. A partir de cas concrets en France et au Brésil, l'intention est signaler que les études sur les politiques publiques de tourisme doivent contempler, au-delà de l'appareil de l'État, les chemins institués par des groupes qui exercent le pouvoir de facto dans l'État et, ainsi, clarifier les contenus des politiques, leurs répercussions et les relations de production qui sont par eux engendrées ou sauvegardés.

Mots-clés: tourisme, politiques publiques, pouvoir de l'État, pouvoir de classe, fond public, appareil de l'État.

Analytical perspectives to consider about the role of the state in tourism

Abstract: The present study suggests the need to consider two analytical perspectives in order to understand the socio-spatial dynamics promoted by the State in the field of tourism: one is general and points out that state power is integrated into class power, and the other focuses on a particular situation, in which the power exercised through the state structure may possess certain operational autonomy. From concrete cases analysed in France and Brazil, the aim is to emphasize that the findings concerning public tourism politics should not just encompass the state apparatus, but the paths established by groups who wield power in the state - and, therefore, clarify the content of policies, their impact and the relations of production engendered or safeguarded by them.

Key Words: tourism, public policy, state power, class power, public fund, State apparatus.

1. Considérations initiales

Lorsque Lefebvre (2008, p. 50) a montré que les espaces touristiques "auxquels se cherche à donner un air de liberté et de célébration" sont liés au travail productif et, dans ces lieux, "se reproduisent les relations de production", le philosophe nous a

montré l'importance du réseau d'interactions qui produisent le tourisme. Considérée comme une pratique sociale qui s'étend à partir de l'absorption des attributs socio-spatiaux en tant que valeurs d'échange ou qui permettent cette réalisation, sa dynamique est orientée dans le but d'optimiser les processus de production, de circulation et de

* Professeur et chercheur dans l'Université Fédérale d'Ouro Preto - Département de Tourisme. Ouro Preto, Minas Gerais, Brésil. Doctorat (en cours) en Géographie dans l'Université Fédérale du Paraná avec la période de recherche à l'Institut de Recherche et d'Études Supérieures du Tourisme - Université Paris I - Panthéon Sorbonne. E-mail: rodrigomartoni@gmail.com

** Professeur Dr. et chercheur dans l'Université Fédérale du Paraná - Département de Géographie. Curitiba, Paraná, Brésil. E-mail: marcos.ufpr@yahoo.com.br

consommation par des actions de conservation, de préservation, d'incitations, de restrictions, de structurations, de réglementations et de déréglementations. Ainsi, toute analyse concernant la production de l'espace touristique serait incomplète si ne tenait pas compte de l'élément qui vise à encourager et à donner de la légitimité à ce processus: l'Etat.

Nous partons du principe que ce n'est pas l'Etat qui fonde la société civile et l'organise par ses actions, mais, contrairement, c'est la société civile qui le forme. Cependant, deux points de vue analytiques doivent être considérés en ce qui concerne le rôle de l'Etat: l'un le contemple d'une façon plus généraliste et le comprend comme quelque chose qui ne fonctionne pas découlé des relations sociales de production, étant l'Etat une structure pour servir aux intérêts des groupes qui exercent la domination économique dans la société. L'autre se concentre sur les aspects conjoncturels où de différentes classes sociales vont chercher à dominer les institutions étatiques qui peuvent leur donner les moyens de contrôle, et, dans cette perspective, on peut "penser le 'pouvoir d'Etat' comme distinct du 'pouvoir de classe' et en relation conflictuelle avec lui" (CODATO et PERISSINOTO 2001, p. 17).

Une investigation sur le rôle de l'Etat dans le domaine du tourisme devrait partir d'une méthode considérant les relations dynamiques et contradictoires entreprises dans le mouvement social et de le situer comme résultat de cette interaction, ainsi que demander des éclaircissements relatifs aux relations sociales que les politiques publiques contribuent à construire et/ou à préserver. Sur la base de cet axe-référentiel, se prétend démontrer, dans la première partie de l'étude, les différences entre l'analyse généraliste et conjoncturelle, ainsi que mettre en évidence leurs inter-relations et les limites analytiques qui mettent l'accent sur l'un aspect ou l'autre. Dans la deuxième partie, nous soulignons que les différentes formes de l'Etat (libéral, du bien-être et néolibéral) sont liées aux directions du fond public, soit en augmentant "l'anti-valeur" et "l'anti-marchandise" (OLIVEIRA, 1998), soit en favorisant de la production de valeur et de marchandises à partir de l'amoindrissement de l'Etat dans le domaine social. À cet égard, nous soulignons que les aménités qui pourraient être générées par l'Etat dans le processus d'accumulation sont étroitement liées aux possibilités d'avancement du capital qui imposerait ses restrictions. À partir de quelques exemples d'actions de l'Etat dans le domaine du tourisme, en considérant l'inter-relation des deux points de vue analytiques, ainsi que le rôle joué par l'Etat à travers les redirections du fond public, nous proposons un cadre qui oriente

les futures études sur les politiques publiques en matière de tourisme.

2. Différentes approches et les inter-relations dans les études concernant l'Etat et les politiques publiques

Dans sa recherche sur les politiques publiques, Klaus Frey (2000, p 216, 217) mentionne que les études sur les politiques doivent englober les dimensions suivantes, qui "sont étroitement liées et s'influencent les uns les autres": 1) la dimension institutionnelle (*polity*), qui comprend la structure politico-administrative, 2) la dimension des processus politiques (*politics*) à laquelle s'ajoutent les décisions sur les moyens et les fins des politiques, et 3) la dimension qui fait référence au contenu des politiques (*policy*) et exprime le profil d'un gouvernement par ses actions concrètes dans les divers domaines où l'Etat exerce ses activités. Face à ces éléments, Frey se réfère à l'approche de la "Policy Analysis" qui vise à étudier les problèmes concernant les actions de l'Etat sur les acteurs et les structures bureaucratiques impliquées dans la formulation, la structuration et la mise en œuvre des politiques. Les dimensions indiquées seraient celles à prendre en considération dans la recherche à propos de l'action publique, cependant, Frey note que ce ne serait pas suffisant pour une enquête approfondie, car la plupart des études "classiques sur les politiques publiques - basées sur des méthodes quantitatives - sont souvent obligées à se limiter à un petit nombre de variables explicatives".

Afin de vérifier les possibilités et les limitations des recherches qui comprennent les dimensions indiquées, Frey (2000, p. 215) reconnaît que "les particularités socio-économiques et politiques des sociétés en voie de développement ne peuvent pas être traitées comme de simples facteurs spécifiques de '*polity*' et '*politics*'", vu précisément les particularités socio-spatiales de chaque pays, et aussi, que "les conflits politiques et les relations de pouvoir laisseront toujours leurs marques sur les programmes et projets élaborés et mis en œuvre" (2000, p. 219). Toutefois, lors de la déclaration des lacunes, l'auteur place le néo-institutionnalisme comme courant théorique qui serait atteint pour compléter les résultats analytiques. Ce serait justifié, selon lui, par le fait que l'analyse politique traditionnelle donnerait une importance plus significative aux processus et des contenus des politiques, et moins aux questions institutionnelles. En faisant référence aux pays en développement, Frey (2000, p. 231) affirme que "si nous nous appliquons à l'analyse des systèmes politiques en transformation et avec des institutions non consolidées [...] on augmente

la tentation d'attribuer aux institutions 'stables ou fragiles' le fait primordial pour expliquer le succès ou l'échec des politiques adoptées".

Deux questions traitées par l'auteur doivent passer par une analyse critique: la première se rapporte au néo-institutionnalisme, une orientation théorique qui prédomine actuellement dans la science politique; et la seconde comprend les soi-disant institutions "non consolidées" des pays en développement, désignées par Frey comme "démocraties non consolidées". Le néo-institutionnalisme, en général, prend en charge l'analyse des institutions presque comme des organismes officiels autonomes pour créer et orienter les politiques publiques et, en même temps, déprécie les relations établies dans la dynamique actuelle des processus de production, de distribution et de consommation, c'est-à-dire, les relations sociales de production gérées par les différentes classes sociales et leur capacité d'influencer ou de déterminer les actions de l'Etat. Au-delà de cet écart analytique, où le secondaire est considéré comme primaire, tel courant théorique ne comprend pas que dans la théorie marxiste de l'Etat les institutions ne laissent pas d'être considérées comme des éléments d'analyse des politiques, malgré son bon degré d'autonomie et sans négliger les différentes classes sociales. Codato et Perissinoto (2001, p.12), à partir de l'étude des œuvres historiques de Marx, éclaircissent la question:

[Marx] a une conception de l'Etat qui prend en compte sa dynamique institutionnelle interne sans, toutefois, sacrifier la perspective classiste. Ainsi, en introduisant dans ses analyses politiques les aspects institutionnels de l'appareil d'Etat capitaliste, Marx présentait une conception de l'Etat, en même temps plus sophistiquée que celle préconisée par la perspective "instrumentaliste" présente dans le travail de certains marxistes, comme, aussi, de certains critiques du marxisme, et moins formaliste que les interprétations "institutionnalistes".

L'analyse "instrumentaliste" serait celle qui met l'accent sur la puissance de la classe, où aucune distinction n'est faite entre le pouvoir de classe et le pouvoir de l'Etat. Comme l'a montré Marx et Engels (2007, p.89), "l'Etat est la forme par laquelle les individus d'une classe dirigeante font valoir leurs intérêts communs", étant les déterminations de cette classe l'axe d'orientation pour se comprendre les actions de l'Etat. Cependant, Marx reconnaît à la fois que les différentes institutions et leurs sous-divisions qui forment l'Etat ont un mouvement particularisé et seule la perspective "instrumentaliste" n'engloberait pas les éléments nécessaires à "comprendre sa configuration interne,

le niveau décisionnel et les rôles que les divers centres de pouvoir accomplissent [...]» (CODATO et PERISSINOTO, 2001, p.10,11). À partir de sa dialectique, Marx procède à un examen de l'Etat capitaliste dans ses relations et dynamiques contradictoires qui sont réalisées non seulement entre la société et l'Etat, mais aussi dans l'appareil d'Etat. On peut comprendre, alors, que la portée limitée des recherches sur les politiques, celles qui justifieraient l'investigation de Frey (2000) pour les différents éléments à considérer dans les actions de l'Etat, ont une faiblesse qui n'est pas liée uniquement aux dimensions impliquées, mais il s'agirait d'une lacune de base ou, en d'autres termes, épistémologique.

Il faut s'attarder un peu plus sur les possibilités et les limitations de l'approche institutionnelle. Comprise comme une institution constituée par beaucoup de querelles politiques, l'Etat est un moyen de faire valoir les intérêts des groupes qui assument le commandement, cependant, si ces groupes ont un pouvoir effectif pour obtenir ce qu'ils souhaitent, cela est une autre affaire. Quant à ce rapport, Codato et Perissinoto (2001) suggèrent que deux points de vue analytiques sur l'Etat doivent être pris en compte: le premier comprend l'Etat plus largement et l'entend, tel que mentionné, comme une institution qui n'agit pas indépendamment de la société qui le forme, étant disposé et dimensionné en fonction des souhaits de la classe dirigeante. Ainsi, même si l'Etat conquiert l'indépendance fonctionnelle, dénommé par Frey (2000) "Etat consolidé" ou "démocratie consolidée", il ne permet pas que telle institution soit déconnectée des intérêts qui reproduisent les relations sociales capitalistes: "de ce point de vue 'reproductif', l'Etat est la 'forme politique' de la société bourgeoise et le 'pouvoir de l'Etat' s'identifie pleinement avec le 'pouvoir de la classe'" (CODATO et PERISSINOTO, 2001, p.17).

Le second point de vue analytique se réfère à l'approche d'une conjoncture historique particulière et de l'espace, où il y a de la pertinence des possibilités qui peuvent être réalisées à partir des institutions et des ressources de l'Etat, ce qui explique des relations conflictuelles entre les groupes politiques contradictoires pour dominer ou chercher à dominer les parties de cette structure. Pour cette approche, "[...] l'Etat est beaucoup plus qu'un exercice de pouvoir par un gouvernement, et toutes les possibilités par lesquelles le pouvoir peut être exercé doivent y être incluses. Ainsi, la structure des institutions est importante (quoique pas indispensable)" (HARVEY, 2005, p. 90). C'est à partir de cette perspective que l'on se rend compte des diverses institutions comme moyens pour l'exercice du pouvoir et qui peuvent "admettre l'Etat d'une part, et la classe d'une autre, en tant

que des réalités autonomes et distinctes ; [où] il est possible de penser donc le 'pouvoir de l'Etat' distinct du 'pouvoir de la classe' et en relation conflictuelle avec lui" (CODATO et PERISSINOTO 2001, p. 17).

La distinction entre "pouvoir de l'Etat" et "l'appareil de l'Etat" est vérifiée dans les études politiques de Marx, selon Codato et Perissinoto (2001). "L'appareil d'Etat" fait référence aux institutions étatiques qui comprennent "le pouvoir judiciaire, le pouvoir exécutif du gouvernement, de l'administration et de la bureaucratie, le législatif, l'armée et la police, et ainsi de suite" (HARVEY, 2005, p.90). Dans ce contexte, il y a des fragmentations, telles que les différences entre les pouvoirs, les désaccords ministériels et d'autres institutions, enfin, le choc des relations des groupes qui composent la bureaucratie, soit horizontalement, soit verticalement. Le "pouvoir de l'Etat" est accompli grâce aux institutions qui peuvent donner le pouvoir de commandement à un groupe ou à une classe qui les assume directe ou indirectement, surtout pour les ressources qui détiennent et la domination sur les autres institutions. La différence essentielle dans la structure de l'Etat, c'est qu'il y aurait, d'une part, le pouvoir de contrôle exercé par la classe dominante économiquement dans la société et qui a besoin de cette institution pour réaliser ses plans d'action, et, d'autre part, il existerait la possibilité d'autres classes ou leurs fractions d'assumer les parties stratégiques de cette structure, en instituant des directions qui ne représentent pas nécessairement les intérêts de la première.

Il faut, toutefois, poser la question suivante lorsqu'on évoque l'Etat capitaliste, quelle que soit la forme qu'il ait acquis ces dernières décennies: si l'appareil étatique est un moyen d'exercer le pouvoir et il est essentiel pour la maintenance et l'expansion du système, quelle serait la limite d'action d'un groupe prenant les rênes de l'appareil d'Etat, mais qui ne représente pas la classe qui domine économiquement? Codato et Perissinoto (2001, p 18) soulignent que cette question est liée à la capacité d'un groupe politique: "la prédominance politique' d'une classe (ou fraction de classe) dans une conjoncture historique spécifique passe, en grande partie, par sa capacité de contrôler ou d'influencer la partie de l'appareil de l'Etat concernant le pouvoir réel".

Cela suggère qu'il y a effectivement de l'opposition (relationnelle) entre la dimension institutionnelle et les classes, mais, même en considérant l'importance des études qui englobent le plan institutionnel, telle analyse n'est pas fondamentale, mais complémentaire. Cette question doit être soulignée, car une fois que le "système sociale et reproductif du capital" (Meszaros, 2007) dépend de l'Etat comme un pilier important de l'aide pour

garantir leur reproduction, l'absence de lien entre *la classe dirigeante et les orientations de l'Etat* est une possibilité réelle, mais conjoncturelle et datée, ou qui ne peut joindre que quelques institutions qui le composent dans une certaine période historique et géographiquement limitée. Les cas spécifiques dépendent d'enquêtes particulières, mais il est possible de citer, par exemple, les réformes fondamentales qui seraient mises en œuvre au Brésil par le gouverneur João Goulart au début des années 60, et qui ont été durement combattues par l'Armée Brésilienne orientée et protégée par les intérêts des Etats-Unis d'Amérique.

Dans ce cas, en une courte période, le pouvoir de l'Etat a contrarié le pouvoir de classe, et, alors, le gouvernement a été destitué par un coup d'Etat. Mészáros (2007, p. 129) montre ainsi, que la dimension «que les partis politiques ne peuvent pas suppléer est le capital, non comme commandement politique [...], mais comme régulateur du métabolisme social du processus de reproduction matérielle qui détermine fondamentalement non seulement la politique, mais aussi beaucoup d'autres domaines". Dans les analyses politiques de Marx, il est possible d'observer que les conflits entre les fractions de la bourgeoisie, de la classe ouvrière en général et des défenseurs de la monarchie (dans le cas de la France en 1848, par exemple) étaient entamés par la quête de la domination étatique qui tenait la possibilité de pouvoir réel, étant donné que, parmi ces combats (entre classes et fractions de classes), les groupes qui représentaient le mieux les intérêts du capital ont assumé les postes de commandement.

D'une part, la domination des institutions de l'Etat dans le contexte démocratique actuel qui pouvant donner pouvoir à la classe (ou fraction de classe) qui les atteint, peut se produire à partir du pouvoir de persuasion que cette classe exerce, faisant semblant d'avoir les mêmes intérêts de la société. D'autre part, nous devons accentuer que le pouvoir de pénétration du capital dans un groupe qui exerce le commandement dans les institutions publiques plus importantes est d'une importance stratégique pour assurer sa propre reproduction. Ce fait peut mettre des groupes politiques représentatifs des classes ouvrières dans une position d'aggravation face au capital après avoir pris le commandement de l'Etat, ou, au contraire, ils peuvent être absorbés par beaucoup de concessions visant à maintenir le métabolisme social réglementé par le capital. L'exemple du Parti des Travailleurs (PT) au Brésil est emblématique à cet égard.

En ce qui concerne cette dynamique déterminée par la rationalité économique en vigueur, il existe une distinction nette entre le domaine de la struc-

ture de l'Etat qui peut donner un commandement efficace, à savoir, le "pouvoir de l'Etat" et le "pouvoir gouvernemental", de sorte que "[...] une classe (ou fraction de classe) peut 'tenir les rênes de l'Etat' – nommément, le 'gouvernement' lui-même – sans, toutefois, se constituer en classe dominante (CODATO et PERISSINOTO, 2001, p.17). L'analyse politique devient équivoque lorsqu'on considère comme synonymes le "pouvoir de l'Etat" et le "pouvoir gouvernemental", en se rendant compte qu'un gouvernement peut 'tenir les rênes de l'Etat', sans, néanmoins, être dans son commandement, cela veut dire précisément que, dans ce cas, les institutions qui confèrent le pouvoir réel peuvent être, directe ou indirectement, sous l'autorité de la classe (ou fraction de la classe) qui exerce domaine économique dans la société. Il est important de souligner, alors, que les déclarations de Frey (2000) concernant les dimensions utilisées pour l'étude des actions de l'Etat, ne peuvent acquérir le pouvoir explicatif et au-delà des descriptions fonctionnelles, que si soutenues par une méthode ayant effectivement la possibilité de les mettre en relation avec l'ensemble social.

De même façon, bien que le point de vue analytique de "pouvoir de l'Etat" soit différent de celui qui contemple "l'appareil de l'Etat", les recherches sur le second qui ne font pas de corrélations nécessaires avec le premier, ne comprennent pas les relations sociales que cette structure dynamise. Autrement dit, la question essentielle est de vérifier, dans une perspective relationnelle, deux problèmes distincts: si, de sa part, *l'appareil de l'Etat* se particularise par les institutions qui le structurent et peuvent même agir contre la fonctionnalité du système capitaliste à un certain moment, de l'autre part, *le pouvoir de l'Etat* est lié aux relations "sociales qui sont principalement assurées par les 'politiques publiques' promues par l'Etat" (CODATO et PERISSINOTO, 2001, p.17).

3. La participation de l'Etat dans le tourisme: une référence pour les futures analyses

L'étude des politiques publiques du tourisme couvrent généralement les formes de l'Etat comme axe-référentiel de l'analyse et se concentrent sur le point de vue institutionnel. Pour cet aspect, la dimension de la structuration publique et ses actions seraient liées à l'Etat plus ou moins participant (Libéral, Etat du bien-être, Néolibéral). Si cette approche est pertinente à la structure de l'Etat dans un domaine donné, elle ne nous permet pas de dire que le pouvoir de l'Etat, même en périodes de grand engagement auprès des aspirations de la classe ouvrière, a laissé de protéger et de promouvoir les

relations sociales régies par le capital. L'élément central à souligner c'est que l'Etat capitaliste, organisé par une orientation libérale, de bien-être ou néolibérale, serait toujours actif pour assurer les processus d'extension du travail socialisé et l'appropriation privée de ses résultats, de sorte que tout mouvement politique qui remet cela en cause va à l'encontre du système capitaliste. Mais il faut souligner que la recherche de l'équité, compte tenu des limites opérationnelles pour cela, fait partie aussi des actions de l'Etat pour protéger les processus d'accumulation, qui peuvent être trouvés dans de différentes réalités socio-spatiales et/ou en périodes historiques spécifiques.

L'Etat tient son rôle à travers le fond public, lequel lui fournit la possibilité opérationnelle et, par conséquent, protège le capitalisme lui-même, une fois que ce fond est un "mix qui se forme dialectiquement et se représente par la même unité, se comprend par la même unité, le même mouvement, la raison de l'Etat, d'ordre socio-politique ou public, si vous voulez, et la raison des capitaux qui est privée" (OLIVEIRA, 1998, p. 53). L'utilisation du fond public change de direction en fonction des forces politiques qui conduisent l'Etat, étant liées aux intérêts des classes ou leurs fractions détenant le pouvoir réel de la machine publique. Par conséquent, il ne doit y avoir aucune confusion par rapport à la possibilité (limitée) d'autonomie du pouvoir exercé par certaines institutions de l'Etat, à travers lesquelles et dans certaines périodes délimités, il est possible de constater que certaines politiques ne correspondent pas aux intérêts de la classe dominante. Cela doit être souligné, car, bien que les politiques de l'Etat-providence ou de l'Etat du Bien-être aient une quantité considérable de l'influence du pouvoir politique des classes productrices, cette forme d'Etat n'a jamais rompu avec les relations sociales de production capitalistes, bien au contraire, le fond public redirigé aux dépenses sociales a assuré les cadres réglementaires du mode de production actuel dans une époque où il avait été durement interrogé par la société.

Mais trente ans après la Seconde Guerre mondiale, les politiques axées par des réaménagements étatiques comme le *New Deal* aux Etats-Unis et le Front Populaire français, ou même par la théorie Keynésienne, ont commencé à être ébranlées par l'expansion de l'internationalisation productive et financière qui apparaissent comme des solutions idéales à l'entretien et à la maximisation de la rentabilité. Une fois analysés les avantages comparatifs des différents espaces, ce qui comprend des allègements fiscaux, du travail pas cher, des lois flexibles, entre autres, la déterritorialisation de la production est devenue et devient un fait accompli. Selon Oliveira (1998, p. 26), cette in-

ternationalisation “en dépassant certain seuil [dissout] relativement la circulation nationale des processus de rétro-alimentation”, de sorte que l'Etat et la société dans son ensemble financier la production en même temps que n'en obtiennent pas de retour, en ce qui concerne les salaires et le fisc par rapport aux produits fabriqués par les filiales au-delà de leurs limites territoriales.

L'adoption de pratiques dites néolibérales entreprises par Ronald Reagan et Margaret Thatcher, que certaines personnes comprennent comme le déclin de l'Etat, n'est rien de plus que la participation effective des institutions publiques dans la promotion de l'accumulation du capital au détriment des actions de l'Etat du bien-être. Mészáros (2007, p. 73) montre que, “[...] le rôle de l'Etat dans le système capitaliste contemporain est plus grand que jamais, et cela comprend les vingt-cinq ans après la Guerre, quand il y avait des développements keynésiens dans les pays capitalistes plus avancés”. Par conséquent, l'Etat néolibéral ne désigne pas, “selon le discours de la droite, une réduction de l'Etat dans tous les domaines, mais seulement dans ceux où l'institutionnalisation de l'altérité empêche la progression du type mal-infini du capital» (OLIVEIRA, 1998, p. 44).

L'Etat a toujours joué un rôle actif et la question de l'Etat minimal doit être liée aux réorientations de l'utilisation du fond public qui peut parfois contempler davantage des dépenses sociales, étant un Etat maximal pour le bien-être; et, parfois, englober la “raison du capital”, étant un Etat minimum pour des classes qui dépendent de l'aide et de l'assistance sociale. Tant d'une manière que de l'autre, l'Etat est le mainteneur des relations sociales actuelles. Toutefois, selon Oliveira, le fond public agirait comme une “anti-valeur” et, donc, un “anti-capital”, étant l'Etat, sous la forme de bien-être, un articulateur en faveur de l'intérêt général et non une structure axée exclusivement dans le processus de reproduction du capital. Également, selon l'auteur (1998, p. 40), cela serait possible, parce que le pouvoir que l'Etat peut donner aux acteurs politiques ne serait plus limité à la classe bourgeoise: “la sphère publique et la démocratie contemporaine affirment, de forme plus péremptoire qu'à tout autre moment dans l'histoire, l'existence de sujets politiques et la prévalence de leurs préoccupations sur la pure logique du marché et du capital”. En ce qui concerne ce point précis, il faut souligner deux désaccords:

1) Si, conformément Oliveira (1998, p. 37), “le développement de l'Etat-providence est précisément la révolution en termes de distribution et de consommation, du côté de la main-d'œuvre, et des conditions de circulation, du côté du capital” et l'Etat néolibéral se constitue soi-même comme

une “véritable régression, car ce que l'on a tenté est l'entretien du fond public en tant que condition exclusive pour le capital” (OLIVEIRA, 1998, p. 44), il semble que la proposition présentée par l'auteur serait un retour aux politiques keynésiennes envisageant à imposer des limites à la production de la valeur-capital, ou même comme un moyen d'atténuer l'exploitation du travail régulé par le marché à travers les actions directes et indirectes de l'Etat. Mais, si l'Etat n'était pas un produit de relations sociales actuelles et pouvait effectivement agir indépendamment des trames reproductives du capital (en termes généraux et non conjoncturels), sa réorientation pourrait être désignée comme idéale, même si l'on tient compte des cadres réglemmentaires du capitalisme. Cependant, cet Etat n'existe que dans le plan hégélien idéal et non dans la pratique sociale quotidienne. Cela dit, il faut comprendre que l'effectuation des politiques sociales s'est développée au cours de l'expansion économique de l'après-guerre jusqu'au milieu des années 1970, et ces actions sont liées à des moments de l'avancement du capital, mais ont été affaiblies ou n'ont pas pu être réalisées pendant les périodes de crise, une fois que le capital lui-même impose des barrières aux directions du fond public qui pouvaient le compromettre. Par conséquent, “[...] le keynésianisme est, par sa nature même, ‘conjoncturel’, [...] et il est compris dans la logique du ‘stop et d'avancement’ du capital, et de cette dynamique souffre des restrictions” (MÉSZÁROS, 2006, p. 26). Étant donné que, au lieu des crises cycliques le système du capital a commencé à faire face à une crise structurelle et ce fait compromet l'utilisation d'une partie considérable du fond public au bien-être, les mouvements sociaux et les classes ouvrières ont commencé à se confronter directement avec tel système sans l'intermédiation efficace de l'Etat “démocratique”, car les propres procédés de production ont été réorganisés pour faire face à ce qui se constituait une menace contre le capital, où la flexibilité de la production et du travail sont des exemples frappants. Dans cette large réorganisation géographique et socio-économique, où l'accumulation fordiste-tayloriste rigide a été remplacée par la flexible, et l'engagement des entreprises sur le territoire s'est effacé, la structure étatique a été reconfiguré pour donner de la légitimité aux changements qui ont affecté directement la classe ouvrière. Donc, si effectivement un pouvoir politique peut et doit avoir lieu en remettant en question le capital et la porosité politique de ses orientations, l'Etat tel qu'il est structuré, n'est pas la sphère, en général, qui va imposer des barrières efficaces à sa logique.

2) L'anti-valeur, également compris par Oliveira comme “anti-marchandise” qui se réalise à travers

les actions des institutions publiques dans des domaines spécifiques (tels que la santé, l'éducation et les loisirs), peut être remise en cause quand un secteur d'entreprises entend que, à partir de cela, il est possible de générer valeur-capital. Les processus de privatisation et de concessions sont emblématiques à cet égard et il est clair que l'Etat lui-même était soucieux de ne pas protéger les services essentiels au bien-être à partir du moment où il y avait des menaces contre le processus de reproduction du capital. Au nom de la compétitivité et de la qualité totale, l'anti-valeur a été redimensionnée en tant que valeur-capital, c'est-à-dire, elle a passé du domaine public au secteur privé. Ainsi, la "sphère publique et démocratique [desquelles] affirmant l'existence de sujets politiques et la prévalence sur la pure-logique du marché" (OLIVEIRA, 1998, p.40) doit être relativisée, car l'on n'a pas vu, ces dernières années, une action de l'Etat pour alléger les processus d'exploitation du travail à partir de l'offre d'anti-marchandises, mais un mouvement inverse, où la logique du marché a prévalu et a été garanti par l'Etat et par une idéologie qui retire l'accent des problèmes sociaux réels et les situent chez les citoyens, comme s'ils étaient des créations autonomes par rapport à l'environnement dans lequel ils naissent et se développent. Même si Oliveira considère que l'Etat est un Etat de classes, il semble que l'auteur traite comme secondaire la relation entre la base économique et la superstructure adjacente, à savoir, il prévaut une analyse plus conjoncturelle (ou institutionnelle) que généralisée.

Telles considérations sont pertinentes parce que les recherches en matière de politiques publiques de tourisme ne peuvent pas manquer de considérer l'Etat et son format institutionnel, mais ils doivent démêler les chemins établis par des groupes qui détiennent le pouvoir dans l'Etat et, ainsi, clarifier les relations de production qui sont engendrées ou sauvegardées. Plusieurs exemples dans le domaine du tourisme peuvent nous aider à mettre en évidence une possible orientation d'analyse. Si nous contemplons l'institutionnalisation de l'organisation des loisirs et du tourisme en Allemagne, en Italie et au Brésil dans les années précédant la Seconde Guerre Mondiale, il serait possible de vérifier une large participation de l'Etat dans le but de fournir des moyens et des installations pour le plaisir de la classe ouvrière dans ses périodes de non-activité.

Les organismes de l'Etat comme "l'*Opera Nazionale Del Dopolavoro*" (Oeuvre Nationale du Temps Libre) en Italie, qui a servi de modèle pour la constitution de "*Kraft durch Freude*" (La Force Nationale par la Joie) en Allemagne, laquelle, à son tour, a inspiré la création du "*Departamento de Imprensa e Propaganda-DIP*" (Département

de la Presse et de la Propagande) et sa "Divisão de Turismo-DT" (Division du Tourisme) dans le gouvernement de Getúlio Dorneles Vargas après 1937 au Brésil, ce sont des exemples représentatifs d'une politique qui, si bien analysée du point de vue institutionnel, il y est possible de vérifier de fortes connotations sociales. Mais, de manière générale, ces organismes de l'Etat servaient comme institutions stratégiques pour coopter la classe ouvrière, l'entretien d'institutions qui donnaient du pouvoir aux gouvernements et, enfin, aux processus d'accumulation. Il est évident que, à l'époque, ces institutions n'ont pas été structurées pour dynamiser la circulation des capitaux à travers les services, en considérant que les relations plus complexes qui étaient en cours d'absorption des activités comme marchandises n'étaient pas l'objet de l'Etat à ce moment. Dans le domaine spécifique du tourisme, les politiques publiques menées par ces pays laissaient peu de place à la production de valeur-capital, précisément car l'anti-marchandise tourisme était devenue stratégique pour l'entretien du pouvoir.

Toutefois, la période postérieure à la Seconde Guerre mondiale verra presque toutes les réalités socio-spatiales élargir les activités dans les limites du temps-libre comme un moyen de produire de la valeur-capital. En ce qui concerne l'organisation de l'Etat pour les questions liées au tourisme, on peut observer les différences substantielles entre les pays vu leurs spécificités. Néanmoins, même si l'appareil de l'Etat dans les pays centraux et périphériques a été organisé pour s'engager dans la planification du tourisme, beaucoup de ses institutions ont été progressivement renforcées afin de ne pas promouvoir l'anti-marchandise tourisme, au contraire, le tourisme comme marchandise. L'exercice du pouvoir par l'intermédiaire des institutions peut redéfinir les directions du fond public donnant des connotations différentes à l'Etat, cependant, celui-ci est couplé à la structure de société qui le forme et de cette structure souffre des restrictions, surtout si elle est assumée par des groupes représentatifs des classes laborieuses.

En France, le tourisme a été institutionnalisé par l'Etat en 1910 avec la création de l'Office National du Tourisme, qui faisait partie du ministère des Travaux publics, des Postes et des Télégraphes. Cette institution a été modifiée à plusieurs reprises, comme indique Merlin (2008, p. 83): "Au plan politique, la responsabilité du tourisme incombe parfois à un secrétaire d'Etat, plus rarement à un ministre, charge de ce secteur. Souvent, elle est rattachée à un ministère plus large, lui-même très variable". Indépendamment des plusieurs réformes institutionnelles, fut en juin 1936, avec le gouvernement du Front Populaire dirigé par le

socialiste Léon Blum, que la question des congés payés a été réglementée en France, en étendant un bénéfice qui incluait une minorité de travailleurs à l'époque. Tel positionnement de l'Etat en faveur de la classe productive a contré les employeurs qui avaient renversé les projets antérieurs à travers leurs représentants dans les institutions du pouvoir de l'Etat français. Il est possible de vérifier, en ce qui concerne la conjoncture du Front Populaire et la question des congés payés, un positionnement de l'Etat contraire aux intérêts immédiats des fractions de la classe dirigeante.

Parallèlement à cela, le tourisme se fait considérer par l'Etat comme une possibilité pour le temps libre de la classe ouvrière, et pour cela, on a nommé "un sous-secrétariat d'Etat aux loisirs, qui, dira A. Sauvy 'sembla quelque peu insolite aux esprits conservateurs'" (DURAND et al., 1994, p. 13). La politique du Front Populaire dans le domaine du tourisme s'inscrivait dans un vaste ensemble d'actions de protection sociale à travers le réaménagement du fond public comme un moyen de promotion plus équité dans les processus d'accumulation. Toutefois, ce n'est qu'après 1945 que le tourisme est devenu une possibilité d'utilisation du temps libre pour de nombreux travailleurs et des politiques publiques ont été effectuées dans le but de fournir sa base pratique. Sylvie Berodias (2012) signale qu'après la Seconde Guerre Mondiale, l'Etat a contribué "pour la construction de campings et de villages-vacances, pour l'aide aux départs des familles modestes, pour les chèques-vacances. Ce tourisme social sera porté et développé. Les entreprises, grâce à leurs comités d'entreprise¹, aident le départ de leurs ouvriers, employés et cadres, en prenant en charge une partie des frais et en créant leur propre structure d'accueil". Pendant ce temps-là, l'anti-valeur accordée par l'Etat sera progressivement absorbé comme valeur-capital avec la hausse du secteur tertiaire et, si l'âge soi-disant d'or du capitalisme a donné accès à la consommation de nombreux groupes de travailleurs à travers les actions étatiques, tel engagement commence à décliner lorsque les groupes d'entreprises vérifient les avantages à tirer envers les services touristiques: "en France, c'est surtout pendant l'après-guerre que se développe la réflexion sur les congés populaires [...]. Réflexion qui prend un tour plus économique que moral pendant les années de croissance" (THIESSE, 1995, p. 417).

Actuellement, la structure politico-administrative du tourisme définie par le gouvernement intègre le ministère de l'Artisanat, du Commerce et du Tourisme. Par rapport à la période entre 1945 et 1980, il est possible d'observer une importante réorientation du fond public, avec l'engagement de l'Etat, pour la promotion de la

maximisation de la valeur-capital, où il existe explicitement une orientation vers les intérêts privés et une introduction de certaines aménités dans le processus d'accumulation élargie. En ce qui concerne la première, elle s'inscrit comme un exemple de concessions et de subventions de l'Etat aux grandes entreprises - une pratique qui peut être observée dans de nombreuses réalités socio-spatiales. Dans ce cas, il est emblématique la construction d'Eurodisneyland à Marne-la-Vallée, en région parisienne, qui a compris un montant de subventions de l'Etat et de l'infrastructure publique pour sa viabilité et développement, lesquelles ne seraient pas justifiées si l'on considérait les contreparties du complexe de loisirs à la population. Il s'agissait d'une opération dans laquelle le fond public a eu une double fonction pour le profit du capital: il a renforcé une société étrangère sur le sol français et a servi de base pour l'expansion du capital à travers les nombreux emplois caractérisés comme précaires. À ce sujet, Alain Lipietz (1987, P.08) a affirmé, même avant l'exécution du projet: "l'opération Eurodisneyland n'a qu'une utilité privée évidente".

Quant aux aménités ou politiques qui sont mises en œuvre afin d'atténuer les conflits inhérents aux processus de reproduction du capital, l'Etat a encore quelques actions qui ne se caractérisent pas exactement comme des anti-marchandises ou anti-valeur, au contraire, elles vont stimuler le marché par l'accès de groupes de travailleurs aux installations touristiques et de loisirs. Un exemple, le "chèque-vacances", établi par loi en 1982 comme un moyen de "réduire les inégalités dans le domaine de la consommation touristique [...]" (DURAND et al., 1994, p.34). Les "chèques-vacances" fonctionnent comme une sorte d'épargne visant aux vacances des salariés réglementés, dont l'employeur participe avec un montant variant de 20% à 80% et la différence est payée par le salarié, pouvant avoir une complémentation du Comité d'Entreprise (MERLIN, 2008, p. 39). Comme signale Durand (et. al., 1994, p.33), il y a eu plusieurs discussions et des affrontements qui ont précédé son exécution, étant donné que les fractions de la classe dirigeante se sont positionnées contraires, dû à un possible coût pour l'employeur. D'un autre côté, cet avantage encouragerait la consommation de services touristiques et attirerait les entreprises qui pourraient se bénéficier de son institutionnalisation et son expansion. Avec le "chèque-vacances", en vigueur en France et géré actuellement par l'Agence Nationale pour les chèques-vacances, il est possible de vérifier un engagement de l'Etat à protéger les relations sociales de production à partir d'un bénéfice à la classe des travailleurs, bien que, comme indique Berodias (2012), "les gros comités

d'entreprises mis à mal par des mauvaises gestions, fassent plus que maintenir des structures internes pour leurs salariés. [Par ailleurs] les entreprises vendent le patrimoine de vacances et font le choix d'un reversement de prime à leurs employés"².

Dans ce cas, les intérêts de la classe économiquement dominante ne divergent pas des directions de l'Etat dans le domaine du tourisme, qui pourrait être différent si, dans une situation hypothétique, l'Etat passait à produire anti-marchandises qui pourraient troubler la logique du profit ou même instituer des réglementations qui protégeraient la classe ouvrière de la précarité caractéristique de bon nombre d'emplois, notamment dans le domaine du tourisme. Ainsi, Berodias (2012) souligne que, "avec la crise et les fermetures de plus en plus nombreuses de centres de vacances à caractère social font qu'aujourd'hui le tourisme social en France va très mal"³. Importantes destinations touristiques qui se distinguent grâce aux flux saisonniers (stations de ski, stations thermales, villes côtières) sont opérationnalisées par des emplois temporaires, qui impliquent les bas salaires, les heures supplémentaires non rémunérées et l'insécurité propre au Contrat à Durée Déterminé (CDD). Cela se montre une contradiction de la rationalité du capital: d'une part, le flux de touristes croît et avec eux le nombre d'emplois, mais de l'autre, la compétitivité du marché exige que les employeurs utilisent la marchandise "force de travail" pour valoriser leur capital, ne limitant pas leur consommation.

Sylvie Berodias signale "que l'Etat contribue à la précarité de l'emploi, car il ne prend que peu en compte la réalité du travail saisonnier"⁴. Des institutions de l'Etat ont présenté au cours des dernières années, plusieurs rapports sur l'emploi dans les espaces où le tourisme est saisonnier. Des documents nationaux comme "Le rapport Gaynard sur la pluriactivité" (1994); "Le rapport Anicet Le Pors sur les saisonniers" (1999); "Le rapport Simon sur le logement" (2005); "Le rapport Vansonn sur les emplois en montagne" (2011); et plusieurs d'autres études produites, soulignent soit la réalité, soit les possibles solutions, toutefois, "depuis plus de 25 ans, concrètement, il n'en ressort réellement rien pour l'amélioration de la vie et des conditions de travail des saisonniers, alors qu'en 25 ans le nombre de saisonniers a augmenté" (BERODIAS, 2012)⁵. Il est possible de vérifier alors que, quelques institutions qui intègrent l'Etat cherchent à prendre des mesures pour lutter contre telle situation, mais, les groupes qui détiennent le pouvoir dans l'Etat ne les soutiennent pas en termes opérationnels: les rapports publiés sont, donc, uniquement un moyen de l'Etat faire croire que les intérêts de la classe des travailleurs sont leurs idéaux, quand,

en fait, l'Etat cherche à optimiser, de plus en plus, la maximisation de la valeur-capital.

Néanmoins, si les contours de l'Etat du bien-être en France ont été affaiblis ou se sont dissipés par rapport à d'autres périodes de l'histoire française, relativement à d'autres pays, comme le Brésil, ils continuent à exister. Cette affirmation est pertinente, parce qu'il est possible de vérifier une préoccupation de certains groupes représentatifs de la classe ouvrière du tourisme avec la fortification politique de la catégorie, ce qui est essentiel pour interroger l'Etat et revendiquer des actions qui ne mettent pas l'accent seulement sur le capital. Il est évident que la prétention de cette déclaration n'est pas d'effectuer un examen d'affrontement entre les réalités socio-spatiales complètement différentes, mais souligner que les analyses concernant l'"appareil de l'Etat" ne sont pas suffisantes. Il faut les combiner avec les classes qui dominent le «pouvoir de l'Etat» et, également, avec le pouvoir de contestation de certains groupes sociaux et leurs impacts au sein de l'Etat. Si, au Brésil, il est possible de vérifier une structure étatique dans le domaine du tourisme ainsi qu'en France et que, dans les deux pays, le pouvoir de l'Etat opère pour protéger et approfondir les relations de production capitalistes, on peut noter que dans ce dernier, il y a des mouvements politiques qui revendiquent certaines aménités dans le processus d'accumulation. Il faut souligner, cependant, la faible résonance de ces organisations aux directions des actions étatiques.

Au Brésil, l'accent sur la dynamisation du capital allié à la désorganisation politique des groupes de travailleurs dans le secteur du tourisme permet que plusieurs politiques qui n'ont rien de publiques soient opérationnalisées. Il s'agit de la porosité politique au capital qui s'élargit sans contestation et peut être vérifié historiquement dans les actions de l'Etat. Un exemple qui se rapproche des "chèques-vacances" en France, mais d'une façon opposée, est l'implémentation du "Brazil Air Pass" en 1979 par l'"Empresa Brasileira de Turismo" - Embratur (Entreprise Brésilienne du Tourisme - qui a été restructurée en 2003 comme organisme gouvernemental lié au ministère du tourisme et responsable pour la commercialisation du pays à l'étranger). Il s'agissait d'un billet permettant au touriste étranger de voyager pendant 21 jours sans limite de kilométrage pour les vols à l'intérieur du pays et, également, un programme de financement de voyages spécifique pour les touristes étrangers ayant des intérêts subventionnés par l'Etat. Les mesures destinées à soutenir les flux internationaux au détriment du tourisme intérieur ont commencé en 1966 avec l'Embratur et ne sont pas concentrées sur les touristes, mais surtout

sur l'implémentation des projets touristiques destinés à un public de pouvoir d'achat élevé, grâce à des subventions, des allègements fiscaux et à la création d'infrastructures par l'Etat, tel que le "Programa para o Desenvolvimento do Turismo no Nordeste/Prodetur-NE" (Programme pour le Développement du Tourisme dans le Nord-Est), lequel a annihilé les logiques guidées par une organisation mercantile plus simple en faveur des relations capitalistes imposées visant à moderniser et développer le tourisme, dont l'emploi précaire fait partie.

Mais existerait-il une action entreprise par l'Etat dans le tourisme où il serait possible d'affirmer le "pouvoir de l'Etat" divergent, au moins en partie, du pouvoir de classe au Brésil? Des vérifications spécifiques doivent être effectuées au niveau municipal, étatique et fédéral, mais dans ce dernier, nous n'avons pas trouvé de représentants politiques qui avaient vraiment réussi à assumer des institutions contrôlées par la classe dirigeante ou leurs fractions, tel que le Ministère du Tourisme créé par le gouvernement Lula en 2003⁶. Les ressources budgétaires allouées aux actions de l'Etat ainsi que les amendements du Parlement servent d'exemple. En 2011, la proposition de l'Exécutif au budget du Ministère du Tourisme était de 800 millions de reais lors de sa présentation au Congrès National. Avec les modifications, le montant a atteint 3,6 milliards de reais, tandis qu'en 2013, le tourisme recevra R\$ 5,3 milliards issus seulement d'amendements parlementaires.

Les amendements fonctionnent comme une sorte de "soupape de sécurité" entre l'exécutif et le législatif, de sorte que l'exécutif élargit les possibilités de soutien politique avec la libération des amendements et, en même temps, concède aux parlementaires la structure de l'exécutif pour qu'ils contrôlent ou influencent le fragment institutionnel où se trouve la possibilité d'exercer le pouvoir réel. C'est dans ce contexte que s'inscrit l'une des actions de ce ministère: la promotion d'événements générateurs des flux touristiques. Par comparaison, si en 2010, 962 millions de reais en amendements individuels des parlementaires ont été destinés pour le secteur de la santé, un peu moins de ce montant, 679,5 millions de reais, ont été adressés à la réalisation des fêtes et des spectacles dans ses enclos électoraux. Il s'agit de la destination de fonds publics à fins clientélistes, arrangement de la réalité brésilienne comprenant l'échange d'un soutien politique contre des festivités dans une région particulière qui, non rarement, sont effectuées par une organisation de la société civile d'intérêt publique (OSICIP) contrôlée indirectement par le parlementaire.

Tels exemples signalent un axe-référentiel pour l'analyse des politiques, en démontrant qu'il y a une corrélation entre les infrastructures publiques ou la machine de l'Etat et les classes qui représentent les intérêts directs et indirects du capital, ainsi comme il peut avoir des différences entre les acheminements de l'Etat et le pouvoir de la classe qui exerce domination économique dans la société. Alors, si conjonctuellement l'appareil de l'Etat ou certains de ses fragments peuvent être structurés et opérationnalisés contre les intérêts du capital, en termes généraux l'Etat est une structure protectrice, ce qui est très avantageux pour les groupes qui le représentent.

4. Dernières réflexions

Les études sur les politiques publiques qui comprennent l'approche institutionnelle et les contenus des politiques perdent la puissance explicative si déconnectées de l'approche généraliste. Ainsi, on peut vérifier que les configurations de l'Etat subissent des transformations brusques liées aux mouvements d'avancement et de recul du capital, et, actuellement, il y a un engagement pour la productivité flexible, mais non pour les groupes desquels ce processus dépend. La plus grande contradiction du capitalisme qui se traduit par la production socialisée et l'appropriation privée de ses résultats, continue de générer d'autres et de nouvelles contradictions socio-spatiales, comme c'est le cas des emplois précaires dans les lieux les plus sophistiqués du tourisme mondial.

Il ne s'agit pas d'une analyse déterministe effectuée par des études guidées par la Dialectique du Matérialisme Historique, au contraire, ces explications servent à démontrer le déterminisme du capital lui-même dans la structure de l'Etat et devant ceux qui le représentent, selon Mészáros (2007, p. 74): "tous les capitalistes devraient se soumettre aux objectifs obligatoires émanant de la logique immuable de l'expansion du capital. S'ils ne le font pas, ils seront expulsés [étant] non viables comme personnel de commandement". C'est dans cette logique que s'inscrit la maximisation de l'exploitation du travail et des liens restreints avec l'espace, ainsi que le domaine de l'Etat pour certaines entreprises qui guident les fonds publics uniquement à fins privées.

Le commandement politique qui peut et doit questionner cette dynamique doit être renforcé, bien que le plus grand combat ne se donne pas contre les orientations de l'Etat, mais contre le système social-reproducteur proprement dit du capital. La tentative de changement dans l'Etat, sans qu'il y ait des ruptures effectives

avec cette logique social-reproductive, mène les forces politiques engagées avec les mouvements sociaux lors de l'arrivée au commandement des institutions étatiques stratégiques, à une gamme limitée d'action. Par conséquent, le succès ou l'échec des politiques dans le domaine du tourisme pour le bien-être social n'est pas lié à l'appareil institutionnel accompli au cours des années, mais au pouvoir que l'Etat peut donner à la classe (ou fraction de classe) qui domine certains de ses fragments stratégiques. Les recherches sur certaines circonstances conjoncturelles peuvent soulever des questions qui éclaircissent les conflits qui sont produits dans la structure de l'Etat contre les ordonnances du capital, mais, au niveau général, on peut vérifier un considérable engagement politico-administratif en faveur des mouvements qui visent à augmenter leur niveau d'accumulation, dans une période où les théories keynésiennes trouvent de moins en moins du terrain pratique à se matérialiser.

Références

- Berodias, Sylvie. Les saisonniers et le rôle de l'Etat dans le tourisme. Aubagne, France. 30 Nov. 2012. Entretien accordée à Rodrigo Meira Martoni.
- Codato, Adriano Nervo; PERISSINOTTO, Renato Monseff. O Estado como instituição: uma leitura das obras históricas de Marx. *Crítica Marxista*, Campinas, n°13, p. 09-28, out. 2001.
- Durand, Huguette; GOUIRAND, Pierre; SPINDLER, Jacques. *Economie et politique du tourisme*. Paris: LGDJ, 1994.
- Frey, Claus. *Políticas Públicas: um debate conceitual e reflexões referentes à prática da análise de políticas públicas no Brasil*. Planejamento e Políticas Públicas, Brasília, v.21, p.211-259, jun. 2000.
- Harvey, David. *A produção capitalista do espaço*. 2.ed. São Paulo: Annablume, 2005 (Coleção Geografia e Adjacências).
- Lefebvre, Henri. *Espaço e política* (tradução de Margarida Maria de Andrade e Sérgio Martins). Belo Horizonte: Ed UFMG, 2008.
- Lipietz, Alain. Eurodisneyland: un projet sans intérêt public? *Études foncières*, n°34, mar 1987. Disponível em: <http://lipietz.net/spip.php?article617>. Acesso em 29 de dezembro de 2012.
- Merlin, Pierre. *Tourisme et aménagement touristique: des objectifs inconciliables?* Paris: La documentation Française, 2008.
- Marx, Karl; ENGELS, Friedrich. *A Ideologia Alemã: crítica da novíssima filosofia alemã...* Rio de Janeiro, Civilização Brasileira, 2007.
- Mészáros, István. *Para além do capital*. Tradução de Paulo Cezar Castanheira e Sérgio Lessa. São Paulo: Boitempo, 2006.
- _____. *O desafio e o fardo do tempo histórico: o socialismo no século XXI*. Tradução de Ana Cotrim e Vera Cotrim. São Paulo: Boitempo, 2007.
- Oliveira, Francisco de. *Os direitos do anti-valor: a economia política de hegemonia imperfeita*. Petrópolis, RJ: Vozes, 1998.
- Thiesse, Anne-Marie. *Organization des loisirs des travailleurs et temps dérobés (1880-1930)*. In: CORBIN, Alain (org.) *L'avènement des loisirs: 1850-1960*. Paris: Aubier, 1995. p. 396-423.

Notes

- ¹ Organisation obligatoire en France pour les entreprises de plus de 50 salariés, qui doivent prendre en charge certaines missions de soutien économique, social et culturel pour leurs employés.
- ² Entretien accordée à Rodrigo Meira Martoni.
- ³ Entretien accordée à Rodrigo Meira Martoni.
- ⁴ Entretien accordée à Rodrigo Meira Martoni.
- ⁵ Entretien accordée à Rodrigo Meira Martoni.
- ⁶ Jusqu'à cette année, les politiques fédérales du tourisme étaient sous la responsabilité de l'Institut brésilien du Tourisme – EMBRATUR. Il faut souligner qu'il s'agit d'un ministère qui n'a pas de priorité dans le transfert de fonds par l'exécutif. En ce qui concerne les écarts et les utilisations de la structure publique de tourisme au Brésil, voir: "Antipolítica de Turismo", disponible en: www.gazetadopovo.com.br/opiniao/conteudo.phtml?id=1169356; et "Ufanismo, sandice e galhofa são atributos das políticas públicas de turismo no Brasil", disponible en: www.partes.com.br/turismo/santosfilho/ufanismo.asp

Recibido: 03/07/2013
Reenviado: 18/03/2014
Aceptado: 21/03/2014
Sometido a evaluación por pares anónimos



¿El turismo es cosa de pobres?

Patrimonio cultural, pueblos indígenas
y nuevas formas de turismo en
América Latina

Raúl H. Asensio
Beatriz Pérez Galán
(Eds.)

PASOS

Revista de Turismo y Patrimonio Cultural

Colección PASOS edita, nº8

IEP Instituto de Estudios Peruanos

Serie TURISMO, nº4

A Territorialidade junto aos turistas jovens: uma contribuição do turismo à educação

Natanael Reis Bomfim*

Universidade do Estado da Bahia (Brasil)

Resumo: O turismo de jovens é hoje um fenômeno, cujas dinâmicas são pouco estudadas. O conjunto de conhecimento se volta sobre domínios específicos, portanto, pode-se concluir que a perspectiva de estudos interdisciplinares pode contribuir para um conhecimento aprofundado dos problemas da educação e do turismo, tocando assuntos ligados a cultura, ao turismo, ao território e a identidade. Assim, este artigo surge de uma pesquisa qualitativa, ao seio do Instituto de Pesquisa em Turismo, da Universidade de Paris 1, em parceria com o Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior – CAPES. O objetivo foi de compreender as representações dos jovens e suas práticas sociais nos lugares turísticos de Paris, a fim de apreender conteúdos possam guiar a atividade turística em também, melhorar o ensino/aprendizagem, em relação à formação continuada de professores. Os resultados, comparados com a teoria da modernidade avançada (TMA) de Guiddens (1991), apontam que o território parisiense tem um sentido que lhe é atribuído pelos jovens turistas onde suas práticas são flexíveis de seu projeto de viagem.

Palavras-chave: Educação, Turismo, Práticas, Projeto de Viagem, Paris.

The Territoriality among the young tourists: a contribution of tourism to education

Abstract: The young tourism today is a phenomenon whose dynamics are little studied. The set of knowledge turns on specific areas, so we can conclude that the prospect of interdisciplinary studies can contribute to a thorough understanding of the problems of education and tourism, touching issues related to culture, tourism, territory and identity. This article comes from a qualitative research within the Research Institute in Tourism at the University of Paris 1, in partnership with the Center for the Improvement of Higher Education - CAPES. The goal was to understand the representations of young people and their social practices in tourist places of Paris, in order to grasp the contents can guide tourism in also improving the teaching / learning in relation to continuing education of teachers. The results, compared with the theory of advanced modernity (TMA) Guiddens (1991), suggest that the territory Parisian has a meaning assigned to it by young tourists where their practices are a reflection your travel project.

Key Words: Education, Tourism, Practices, Project Travel, Paris.

1. Introdução

Atualmente, o turismo se afirma como um fenômeno social, econômico e comunicacional, onde envolve pessoas que se deslocam no tempo e no espaço em busca de prazer e diversão que atendam não apenas

as suas necessidades físicas imediatas, mas também os seus imaginários. Assim, o fenômeno do turístico se apresenta como um misto entre a subjetividade e objetividade dos sujeitos, em relação ao território, composto de processos socioculturais, políticos, geográficos, econômicos e educacionais (Gastal, 2000).

* Doutor em Educação pela Université du Québec à Montréal. Pós doutorado no Instituto de Pesquisa em Turismo, pela Universidade de Paris I, Sorbonne. Professor Titular da Universidade do Estado da Bahia, no Departamento de Educação, atuando na área de Didática com as disciplinas Metodologia do Ensino de Geografia e Pesquisa e Práticas Pedagógicas. É, ainda, professor pesquisador do Programa de Mestrado Profissional em Gestão e Tecnologia Educacional, na Área de Concentração de Processos Tecnológicos e Redes Sociais. E-mail: nabom_reis@hotmail.com

Em relação ao turismo de jovens, Chartier (2009) afirma segundo os dados anunciados pelo Organismo Mundial do Turismo, que estes têm entre 15 a 25 anos e representam 25% do tráfico mundial. Para Roiné (2011), estes são turistas particulares que representam, em torno, de um quarto da demanda turística distribuída e, 76% de trabalhadores e 48% de inativos em viagem. Em 2005, a UNESCO estimou que 2,5 milhões de estudantes estavam fora do seu país. É previsto para o ano de 2025 que este número aumente para 8 milhões.

Em relação a viagem turística, as motivações dos jovens apresentam pontos em comuns tais que: viagens internacionais, necessidade de falar línguas estrangeiras, ganhar experiência de trabalho, abertura a outras culturas de lugares pouco turísticos, vontade de aprender e tornar-se independente, bem como a necessidade de construir experiência (Ballatore, 2007). A Europa, ao oferecer este tipo de intercâmbio, responde a uma demanda crescente, quer como “mochileiro”, “routard” eles tendem a descobrir o mundo e viajar de maneira menos convencional seja como estudante, ou como estrangeiros em outro país.

Nesse sentido, alguns países assinaram acordos para enviar e receber jovens a cada ano. Na França este tipo de intercâmbio existe desde 1999. Outros países de destino são: Japão e Nova Zelândia desde 1999, no Canadá desde 2003, a Austrália desde 2004, a Coreia do Sul desde 2008. Assim, neste cenário a França se situa como país “importador”, tanto como “exportador” de estudantes (Ballatore, 2007).

Nesta perspectiva, no contexto educacional e nas ciências sociais (Geografia, Sociologia, Psicologia, etc.), durante os últimos vinte anos, os debates sociais e científicos colocam em evidência os termos: representações, territorialidade, lugares, etc. (Bomfim, 2009, 2004, 2000; Audigier, 1996, 1994, e Bailly Scariati, 1999 Bailly et al, 1995; Ferrier, 1998; Augé, 1994). Trata-se de fazer uma ligação entre os princípios fundamentais da sociedade, a inteligibilidade do espaço e os significados do espaço vividos pelos atores sociais, construídas em relação à sua participação na sociedade e sua identidade com este espaço. Estes debates, no meio acadêmico, têm produzido conhecimentos, novas propostas de didáticas e estratégias de planejamento para a formação de professores e profissionais da educação.

Entretanto, nota-se que os procedimentos didáticos não levam em consideração a experiência social de jovens estudantes no espaço e que os conceitos não são tratados como uma representação de um determinado espaço sócio, mas como a própria realidade. Isso não sensibiliza os alunos sobre a importância da geografia e do turismo em suas vidas, bem como não contribuem para a sua

formação como atores sociais capazes de pensar, de refletir, de experiência e de agir no espaço sócio.

Mas, no contexto brasileiro, o que sabemos das motivações e práticas dos jovens nos lugares? Quais as contribuições que estes resultados podem trazer para o ensino/ aprendizagem, para a formação continuada de professores? Estas perguntas são o ponto de partida para a nossa reflexão sobre a relação entre educação e turismo. Assim, para identificar e compreender as percepções e as riquezas que elas podem oferecer para a construção da aprendizagem significativa, antes de mais nada, é preciso percorrer os diversos trabalhos de pesquisas interdisciplinares: turismo, educação, geografia, entre outros, a fim de identificar o conhecimento produzido sobre o assunto.

2. Pesquisas Anteriores: Tendências e Limites

Atualmente, no domínio cultura e turismo, destacam-se os trabalhos de Santana Talavera (2005) (Espanha) Regina Schluter (2000, 2002, 2003) (Argentina). No Canadá (Quebec) L. Turgeon e J. Letourneau (1997). Na França, particularmente pela complexidade do fenômeno turístico, evidencia-se a equipe de pesquisa interdisciplinar em turismo (EIREST). No Instituto de Pesquisa Turismo, da Universidade de Paris 1, coordenado pela professora Maria Gravari Barbas-(2006), as pesquisas são desenvolvidas sobre quatro eixos sendo três que aderem ao nosso tema. 1) Turismo e metropolização que visa construir o conceito de metrópole turística, através de seus processos espaciais e dinâmicos (S. Jacquot, 2011): Turismo, património, desenvolvimento que busca as inter-relações entre o património e turismo, questionando as modalidades do desenvolvimento dos territórios (Djament Geraldine Edith Fagnoni Christine Mengin, 2005) e, finalmente, o eixo transversal, representações, imagens e imaginários turísticos que interroga o lugar do imaginário na constituição das cidades turísticas e o desenvolvimento dos patrimônios, ou das práticas turismo (Saskia Cousin, Lageiste e Jerônimo, 2011).

No Brasil, Maria Tereza Luchiari (2005), Álvaro Barreto Banducci e Margarita (2001) tratam da transformação da paisagem, dos lugares e das questões relacionadas com a memória, a cultura, a preservação e valorização do património. Notável, também, os trabalhos de Bomfim (2010) que buscam compreender a redefinição social e espacial dos territórios, através dos discursos dos grupos profissionais, antes e depois da introdução do turismo. Também, este pesquisador (2005, 2009, 2010) estuda as representações simbólicas construídas pelos indivíduos, a fim de compreender os padrões de mudança

dessas representações, em função das condições relacionadas com as grandes dimensões espaciais e a importância sociocultural. Desenvolve, assim, um conceito de território para uma contribuição educacional e interdisciplinar; identifica e analisa o potencial de sites e atrativos e sua relação com a identidade da comunidade residente.

Nota-se que a maioria dos estudos no Brasil e no exterior, em Antropologia, Sociologia, Geografia, Psicologia, entre outros, têm uma preocupação com os impactos do turismo na economia social, cultural e ambiental. No entanto, menos atenção tem sido dada à alteridade como um processo de interação e às relações entre os indivíduos dentro de um determinado território, onde a visão dos outros, permite uma melhor compreensão de mundo e constituição de diferença: relações de gênero, relações interétnicas no trabalho e nos métodos de produção.

No entanto, no Brasil e em outros países, ao longo dos últimos 20 anos, se fizermos um paralelo entre educação e turismo de jovens, podemos observar que não há muita pesquisa. Quantitativamente Acevedo (2003) busca comparar as motivações dos consumidores mais velhos com as dos mais novos. Roiné (2011), numa perspectiva teórica e interpretativa, tem relacionado as práticas turísticas da juventude com os valores do turismo alternativo, a saber: respeito e valorização da população local, proteção ambiental, mobilidade e experiências em lugares diferentes, a viagem abordada como uma contribuição pessoal e não como um meio para relaxar ou desfrutar de uma atividade de lazer. Chartier (2009) baseando-se em várias pesquisas, estatísticas, livros e estudos científicos, busca compreender as novas práticas alternativas de viagens de jovens, particularmente em trabalho e férias. Ballatore (2007) estuda a mobilidade geográfica institucionalizada de estudantes na Europa, em relação ao programa Erasmus – Programa de Intercâmbio da Universidade de Paris 1. Fonseca (2010) procura conceituar o termo educação turística originado de publicações em educação e turismo, para contribuir ao ensino no Brasil.

Desta forma, pode-se concluir que a perspectiva de estudos interdisciplinares pode contribuir para a compreensão dos problemas da educação e do turismo, abordando temas relacionados ao território, cultura e identidade. Entretanto, constata-se na literatura científica que os estudos sobre **representação de jovens turistas em relação aos lugares turísticos** é um assunto pouco explorado. Em consequência, nos parece necessário continuar a investigação indo à escuta dos jovens turistas a fim de identificar seus projetos de viagem e suas práticas em áreas turísticas, como forma de integrá-las no processo de ensino/aprendizagem.

3. Problema e Objetivos da Pesquisa

A partir do exposto levantam-se alguns elementos norteadores do nosso objeto de estudo: a) os jovens formam um grupo de interesse de vários segmentos da sociedade (meios de comunicação, adultos, políticos, empresas, organismos públicos); b) os jovens escolhem diferentes formas de projeto integrando a viagem; c) os jovens apresentam diversas qualidades, tais que: abertura de espírito, tolerância, capacidade de se comunicar e dinamizar suas experiências nos territórios visitados; d) o território tem dimensões e significados da identidade subjetiva (expressão da identidade e objeto da simbolização). Estes fundamentos nos levaram a realizar este estudo no contexto francês, em sintonia com a teoria da modernidade avançada (TMA) de Guiddens (1991), numa tentativa de descobrir como os jovens constroem seus planos de viagem (a escolha e justificativa da escolha da viagem) e suas práticas sociais em relação aos locais turísticos de Paris. Nessa perspectiva, pudemos questionar qual o pensamento de turista em relação ao seu projeto de viagem?; Ao chegar ao local turístico, aquilo projetado e conhecido atendeu aos seus sonhos? O que precisa mudar? (Atitudes, relatório social e institucional).

Com base nestas questões, nosso objetivo geral é compreender as representações e práticas de jovens em Paris, a fim de compreender o seu conteúdo, que pode orientar as práticas sociais em áreas turísticas como também contribuir para a melhoria da ensino/aprendizagem, em relação à formação continuada de professores.

Tendo em conta os objetivos específicos, em primeiro lugar: 1) identificar e analisar o projeto reflexivo de viagem de turistas jovens (mochileiros), a seleção e justificativa da escolha de lugares, 2) identificar, analisar e comparar os elementos presentes nos lugares visitados com aquilo imaginado em seu projeto de viagem. Em uma segunda etapa, buscamos: 1) identificar e analisar as estratégias que podem contribuir para o desenvolvimento de práticas sustentáveis e exercidas pelo turismo em lugares turísticos e 2) identificar pistas sobre o uso de representações dos lugares turísticos para o ensino/aprendizagem.

4. Bases Teóricas e Conceituais do Estudo

Breve, analisa-se a teoria da modernidade avançada de Guiddens (1991) e busca-se apreender o conceito central do estudo, aquele do turismo de jovens, a fim de guiar os procedimentos metodológicos. De início, alguns conceitos de turismo de jovens e novas tendências, em seguida coloca-se em

evidência a teoria das representações sociais (Moscovici, 1960) ancorada com a TMA, estabelecendo uma ligação com o turismo de jovens, projeto de viagem e lugares turísticos. Finalmente, busca-se apreender alguns elementos que apoiam a discussão entre turismo de jovens e educação.

Segundo Chartier (2009), existe vários tipos de turismo de jovens: **o cultural** que trata de visitas em cidades, por curta temporada, para descobertas de lugares turísticos, monumentos e museus, pois o patrimônio material ou imaterial é um atrativo para os jovens. Para Ballatore (2007), hoje, as temporadas linguísticas onde os jovens são obrigados à falar, ao menos, uma língua estrangeira, para se inserir no mundo do trabalho. Neste sentido, na Europa como em outros continentes, vários programas de intercâmbio apareceram para facilitar os estudos dos estrangeiros. **O turismo de aventura** que, segundo Roiné (2011), trata-se de “mochileiros”, “*backpacking*” para a nova geração. É uma forma de viagem itinerante. Finalmente, o **turismo de festival** é uma outra particularidade de consumação turística de jovens, pois nestes eventos é possível se divertir, descobrir, fazer encontros e partilhar paixões que são os motores destas temporadas.

Nota-se que os jovens são capazes de se agrupar como outros grupos sociais ou classes de idade. Então, eles escolhem diferentes tipos de projetos, incluindo a viagem. O estágio, os intercâmbios universitários e o voluntariado são exemplos desses projetos. Isto promove a integração com um ambiente local que é diferente de sua cultura de origem, lhe permitindo assim de tomar iniciativas.

Os jovens matriculados neste tipo de rede tem por principal motivação a aprendizagem do mundo e o conhecimento de si mesmo. Mas, ainda, ao seio da sociedade é perceptível que os jovens sofrem de perturbações ligadas uma imagem negativa, como: falta de respeito, risco de danos materiais (vandalismo), falta de dinheiro, entre outros. Estas imagens, às vezes amplificadas pela mídia, são muitas vezes imprecisas, mas clichês custam a morrer (Chartier, 2009). Porém, de acordo com este autor, a definição de “mochila” (mochileiros) é bastante complexa, pois leva em conta um conjunto de critérios de comportamentos associados aos valores. O termo não tem tradução exata, mas é preciso distinguir os “mochileiros” cujos atores estão associadas com a estrada, pedindo carona, etc., daqueles outros turistas que muitas vezes se insere num circuito planejado.

Por isso que nos parece importante apreender o conteúdo das representações de jovens mochileiros (turistas), em relação ao significado que eles atribuem aos lugares turísticos e o exercício de suas práticas. As representações sociais (RS) desempenham um papel intermediário entre o individual

e o coletivo, tornando-os intercambiáveis. Assim, a singularidade desta teoria reside no tratamento de pontos de interseção entre as referências de grupos sociais e de suas preocupações individuais como sujeitos ativos.

Eles podem ser o produto (conteúdo) e processo, orientando as práticas sociais, como também, de ser guiada por elas. Logo, consideramos que as RS são principalmente estruturado em três eixos, um núcleo central, mais resistentes as mudanças, o ponto comum sendo devidamente social e coletiva, e uma periferia, mais flexível e disposta a mudanças para incluir eventos, idéias, objetos que são a priori contraditória a interação com novidades. Esses eventos que são integrados formam novas representações, sendo associadas às características individuais e ao contexto imediato, dependendo onde os indivíduos estão integrados (Abric, 2000).

O sucesso desta teoria é de constatar o interesse renovado pelos fenômenos coletivos, em particular, as normas que regem o pensamento social. Com isso, o “senso comum” é essencial para identificar a “visão de mundo” que os indivíduos ou grupos tem para tomar uma posição e sua utilização é essencial para compreender a dinâmica das interações e práticas sociais (Abric, 2000). Então o lugar do turista é consumido pelos atores sociais que exercem as suas práticas, salvo aqui, os conceitos centrais da identidade e do território, através das idéias de Dubet (1996), Augé (1990) e Bomfim (2009). Essas idéias, combinadas com a nossa, relativas a territorialidade de inferência turística, implica em algo percebido e experimentado pelos jovens em função de seus dois sistemas de pensamento sobre suas necessidades e experiências.

Neste contexto, o lugar turístico é analisado por múltiplos fatores que envolvem o meio ambiente, as necessidades e aspirações dos atores sociais que aí vivem e aqueles que os visitam. Procura-se esse entendimento, através da construção social dos lugares turísticos construídas por jovens turistas para se referir a sua identidade e significado. Assim, este trabalho está organizado com base na percepção dos valores e atitudes de atrações turísticas da cidade de Paris e de sua comunidade, pois de acordo com (Bomfim, 2009: 40-41), “o espaço vivido expressa a relação existencial (subjéctiva) dos indivíduos, suas práticas, suas memórias e seus lugares imaginários, onde se tecem progressivamente as relações entre as pessoas e os territórios.

A discussão dos conceitos de RS, as práticas sociais e culturais no modelo teórico apresentado aqui tentam entender as representações reconstruídas por jovens em relação ao lugar turístico, envolvendo categorias das diferentes formas de percepção, dos valores e das atitudes dos indivíduos, atribuídos e vividos no território, desde que o lugar

não tem sentido, se não houver um espírito, uma personalidade e um reflexo de toda a personalidade.

Ora, se o território tem um significado que lhe é atribuído pelos atores sociais, podemos supor que a teoria RS ancorado a TMA de Guiddens (1991) podem ajudar-nos a compreender que o turismo não é apenas um reflexo, mas um produto da realização das coisas produzidas por pessoas no seu espaço de vida e de trabalho. Para fazer isso, Guiddens (1991 discute o conceito de reflexividade, ao nível individual, coletivo e institucional, como forma de compreender os contextos: turistas pessoais, instituições de turismo e práticas sociais e culturais realizadas pelos atores sociais nos lugares visitados. Assim, o conceito de reflexividade sobre a prática é uma noção que foi colocada em evidência por diversos filósofos, sociólogos e educadores. Essas ideias tem aderencia sobre a experiência prática do sujeito e a influenciou a visão da modernidade.

Para Guiddens(1991, p.75) as concepções de indivíduo estão presentes em toda a cultura humana, qualquer que seja, portanto, suas características específicas na modernidade avançada. Em particular, ele lança a atenção sobre as definições contemporâneas de si, como «projeto reflexivo». Essas ideias são fundamentais para explicar a fluidez da identidade e do território, na medida em que os sujeitos são enraizados aos contextos tradicionais, à existência local e relativamente estável. Assim, segundo este autor, com a radicalização da modernidade, particularmente em função do recente da “globalização”, isso foi içado a patamares superiores de extensão e intensidade (GIDDENS, 1991, pp. 21-29).

Curiosamente, segundo Domingues (2002), considerando a centralidade do conceito nas obras acima discutidas, ele não recebe nunca uma definição precisa, entretanto Giddens (1991) aplica atenuantes para ampliar o conceito, quando se refere a “reflexividade” nas dimensões individuais, coletivas e institucionais.

Nesse sentido, de acordo com Giddens (1991, pp. 5, 80, 214), com a perda de autoridade da tradição, as “escolhas” de “estilo de vida” têm de ser negociadas entre uma pluralidade de opções. Nenhuma cultura pode “eliminar” completamente as escolhas no dia-a-dia, mas a modernidade leva isso a limites radicais, pois se trata de uma sociedade ou cultura “não fundacional” Isso significa dizer, segundo o autor, que nas culturas que precederam a era moderna, a tradição era valorizada porque perpetuava a experiência de gerações, então, a reflexividade existia subordinada às tradições. Com a transição para os tempos modernos, a reflexividade ganha um caráter diferente, “ela é introduzida na própria base da reprodução do sistema, de forma

que o pensamento e a ação estão constantemente refratados entre si.” (Giddens, 1993, p. 45).

Pode-se concluir que o modelo de Guiddens (1991) apresenta categorias que podem orientar pesquisas no contexto pessoal do turista (projeo de viagem), no contexto das práticas exercidas nos lugares turísticos, bem como na reflexividade individual, coletiva e institucional. Pode-se pensar, assim, na autonomia e no senso de segurança dos turistas em relação aos organismos institucionais do turismo (agências de viagem, serviços, transportes, hospitalidades, gestão dos espaços visitados, gestores, população residente).

5. Métodos e Técnicas de Investigação

Os trabalhos que se inscrevem no campo da teoria das RS são numerosos. Anadon (2002) identifica cinco grandes orientações de estudos e de pesquisas: a perspectiva centrada sobre os conteúdos, aquela que se interessa em apreender as estruturas das RS; outra centrada nos processos cognitivos que são a base das representações; os estudos que se interessam sobre as relações entre práticas e RS; finalmente, os trabalhos que questionam a origem destas representações. Por exemplo: as orientações de pesquisa centradas sobre o conteúdo privilegiam metodologias de tradição hermenêutica e interpretativa (entrevistas, desenhos, questionários, observação participante e análise qualitativa).

Medeiros (1998) utilizou a fotografia e a entrevista como meios de coleta de dados para compreender as RS que os adolescentes brasileiros sem abrigo tinham da rua como lugar de vida. No mesmo sentido, Revelin (2011) afirma que uma perspectiva etnoecológica, para estudar a relação sensível dos turistas num espaço natural, é importante seguir um procedimento qualitativo e empírico, baseado sobre três tipos de corpus complementares, a fim de abordar uma diversidade de situações de interações entre o turista e o espaço vivido, tais que da observação, do discurso e das fotografias.

Portanto, este estudo se inscreve numa perspectiva de caráter social do tipo qualitativa/interpretativa (Karsent, Savoie-Zajc, 2000). Buscou-se, então, escolher métodos e técnicas coerentes com o ângulo de apreensão do conteúdo das RS de Paris e das práticas de jovens turistas nos lugares turísticos, a partir de informações do discurso e outras formas de expressão como a fotografia.

a) Local da Pesquisa

Para este estudo escolheu-se a cidade de Paris, pois ele que tem, por excelência, vários lugares turísticos. Segundo Simon(2011), «ela é a força de uma

destinação onde o hiper-centro turístico perpetua (...) ela terá a difusão mundial que duravelmente teç penetrado os imaginário» (p.8), operando as práticas dos visitantes. Ainda, não apenas para estudar, trabalhar e estar na Europa, em particular Paris recebe os jovens do mundo inteiro.

b) Constituição, Características da Amostragem e Condições de Recrutamento

Nas ciencias sociais é difícil se utilizar de critérios de homogeneidade próprios de amostragens estatísticas representativas, pois é preciso considerar as singularidades que compõem o conjunto social que já é heterogêneo. Logo, nós escolhemos a amostragem teórica, que segudo Pires (1997) tem o objeivo de buscar indivíduos que tenham características bastante parecidas. Neste caso, a amostragem é consideada intencioal não probabilística, considerando os mochileiros (grupo de turistas jovens), homens e mulheres. Busca-se conhecer seus pontos de vista, suas experiências singulares, então, selecionamos participantes susceptíveis à fornecer o máximo de informações necessárias a fi, de atender os objetivos de pesquisa. Assim, a amostragem foi formada, a partirm dos seguintes critérios:

- Jovens que viajaram para Paris, ou seja mochileiros, pois eles tem a tendencia a respeitar outras culturas, consumir localmente, favorecer a valorização e o desenvolvimento de territórios menos conhecidos, longe dos grandes espaços turísticos (Roiné, 2011);
- Jovens entre 18 e 30 anos, pois eles são susceptíveis a partir, trabalhar, viajar ao estrangeiro. Estes apresentam um pensamento hipotético0dedutivo (formal) e uma tomada de consciencia subordinada aos fatores sociais; eles são capazes de se comunicar com os outros e iniciam sua vida ativa na sociedade (Piaget, 1989).

Para encontrar os participantes em potencial, buscamos a internet, pois os jovens estão cada vez mais, e rapidamente, usuários da informação que está ao seu reor, participando dos forums de disussão, criando blogs de viagem, escrevendo comentários/ou artigos sobre diferentes sujeitos. Logo, escolheu-se o site web <http://www.routard.com/>, como a primeira fonte de busca de dados sobre destinações, recolhendo história e impresões sobre viagens.

c) Instrumentos de Coleta e Anqlise dos Dados

Após considerar várias estratégias e técnicas que permitam apreender a representação, escolheu-se história de viagens e forums, onde o discurso foi

único corpus de análise. Para completar, optou-se em utilizar fotografia tomadas pelos jovens e pelo pesquisador, assim, permitindo enriquecer as informações sobre a complexidade do fenômeno estudado

Para o discurso sobre as histórias de viagens, o site: <http://www.routard.com/>, foi utilizado. As informações recolhidas foram clasificadas de acordo com as questões e objeivos de pesquisa, em seguida reagrupadas. Para tal, utilizou-se da técnica da análise do conteúdo discurso (Bardin, 1989), beseando-se na frequência das palavras, frases e ou parágrafos. Em seguida, agrupou-se por categoria semantica, a fim de montar os quadros de representações dos rsultados. Para as fotos, buscamos nos blogs deste site e também, outras tiradas pelo pesquisador e anexada ao discurso com ilustração. Dest forma, reconstruiu-se a realidade em conformidade com o passado, nos permitindo assim de discernir a significação dos objetos classificados. Os resultados das diferentes imagens do discurso foram superpostos e comparados com as proposições teóricas e conceituais, bem como com os resultados de outras pesquisas, contribuindo para a discussão de estratégias de intervenção que possam melhorar o desenvolvimento da educação e do turismo. Supõem-se o desenvolvimento de ações que impliquem na relação entre os turistas e os residentes da coletividade, o pessoal, guias de turismo e acompanhantes, professores e profissionais da educação patrimonial.

6. Resultados e Discussão

Dans cette partie, consacrée à l'analyse, les objectifs de l'étude, les principaux éléments théoriques et des résultats d'autres recherches soutiennent la démarche de description et d'interprétation des données.

Esta parte é dedicada a apresentação e dicussão dos resultados, em coerencia com os objetivos do estudo, os principais resultados teóricos e de outras pesquisas. Assim, análise de conteúdo refere-se ao discurso de 25 (vinte e cinco) mochileiros, homens e mulheres, cuja idade estava entre 15 e 30 anos. Todos vêm de vários países como: Argentina, Brasil, China, França, Japão, Marrocos. Devo dizer que não teve o objetivo de comparar o discurso entre eles.

Do ponto de vista dos atores sociais (discursos e fotos), tomamos o conteúdo da RS de Paris, tendo em conta as ações de investimento (pertença) e interpretação (atribuição) dos lugares turísticos. Estes atos de investimento e interpretação são realizados através de diferentes modos de identificação e sua relação com os espaços vividos durante a sua estadia.

Quadro 1: Pensamento sobre as Práticas em Paris no Projeto de Viagem dos Mochileiros.
N:=25

Total	Nº Atores	País	Projeto	Representação
	15	Brasil Espanha França	Cultural	Conhecer centros e eventos culturais
	06	Argentina China Marocco	Étudo	Buscar escola de língua de Francês; Buscar estágio
	03	França China	Aventura	Compartilhar momentos e conhecer coisas boas e ruins
Total	25			

Fonte: Organizado pelo Autor (2012)

Legenda: H = homem; M = mulher

a) O pensamento sobre o Território Parisiense no Projeto de Viagem

Este tema foi pensado para identificar e analisar o projeto reflexivo de jovens turistas (estudantes e mochileiros). Ao longo do discurso dos participantes demos particular atenção para os diferentes significados atribuídos ao território parisiense como: escolha, formas, tempo, orçamento, etc. Referente ao projeto de viagem e para a primeira pergunta, “Por que você escolheu Paris”, é preciso dizer que no site do Fórum, buscou-se as respostas mais consistentes com as questões da pesquisa.

O quadro 1 mostra que a maioria dos turistas jovens tinham o desejo de vir a Paris motivado pela cultura (15), mas também para estudar outra língua e fazer estágios. (06). Aqueles que pensam em vir para estudar e compreender a cultura têm em seus projetos de viagem conhecer centros culturais, monumentos e museus. Os comentários a seguir são ilustrativos:

«Aqui, eu preparei a minha primeira viagem a Paris em outubro. Eis o meu itinerário: Dia 1: Quartier Latin Pantheon (...) Jardim de Luxemburgo. Inválidos (...) Rodin (...) 2º dia: Trocadero, a Torre Eiffel, num piquenique no Champ de Mars, perto da Torre Montparnasse (...) Dia 3: Museu do Louvre (...), Jardim des Tuileries, a Ponte Alexandre III, o Museu do Petit Palais Dia 4: Parc des Buttes Chaumont, Le Petit Train de Montmartre, Grevin (...) Dia 5: Versailles “(F2). (tradução do pesquisador).

Richards (2009) confirma estes resultados, quando ele disse que a pesquisa conduzida pela ATLAS

- Associação de Turismo e Lazer Educação (2004) e do CICT - Student Travel Confederation (2004) afirmam que «aprender sobre outras culturas «foi a motivação mais importante de jovens turistas. Isso quer dizer que, especialmente jovens estudantes tornam-se os turistas mais importantes para o turismo cultural, uma vez que proporcionam uma ligação entre a consumação cultural e a educação. Neste contexto, nota-se que a minoria fala em seus projetos de viagem sobre a aventura. Aqui está:

“Como mochileiro, desenhar o seu próprio percurso: ataques cardíacos, tolerância, generosidade, respeito, direitos humanos, a honestidade, as reuniões, a independência, o riso, a curiosidade... onde os valores que defendemos “(grupo).

Discutir esses elementos nos leva a evocar os valores humanos sobre o território. Por isto, Gwendal (2011) explica que o turismo urbano é agora um fenômeno cuja dinâmica é amplamente estudada, mesmo em uma cidade como Paris que é um mundo mediatizado (foto 1). Assim os níveis de gastos, a escolha dos modos de transporte, os diferentes motivos que governam as suas visitas são planejados. Além disso, de acordo com ele, a construção analítica e também os limites de “planos de viagem”, como esquema interpretativo, também são aplicados ao território parisiense. Portanto, há um quadro imaginário e outro real de viagem. O “projeto” não é um conceito particularmente usado no campo turístico e não é um elemento clássico das ferramentas conceituais para explicar a prática. No entanto, seu lugar é notável, quando

se trata de enfatizar a figura do turista como ator de sua viagem “(p. 2).

Foto 1: Divulgação da Cultura na Estação de Metrô em Paris.



Fonte: Foto do Pesquisador (2012).

Acezvedo (2003) confirma o que nós encontramos quando ela diz que os projetos de viagem de jovens turistas se inscrevem vários motivos: para entender, conviver, escapar da rotina e visitar novos lugares. Exceto, que temos avançado, quando mostramos a escolha dos jovens em relação ao patrimônio cultural, associado ao seu projeto de viagem. Cluzeau (2005) afirma que metade das publicações sobre *Backpacker* é dedicada ao lazer, mas não afetou a Paris, como uma grande cidade, pois os aspectos históricos e culturais ainda estão bem enraizados no imaginário turístico. Além disso, a partir do tipo de turismo que pode ser incorporados no projeto turístico de viagem de jovens, segundo ela, é preciso dizer que “as estadias linguísticas envolvem cerca de 600 mil adolescentes iniciantes, por outro lado, a França é que recebe o maior número de jovens (p. 28). Enfim, o conjunto de imagens não se opõem, mas demonstram a dinâmica social e cultural da metrópole parisiense, segundo o pensamento dos jovens turistas.

b) Lugares Imaginado e Lugares Reais.

Este tema buscou descrever os problemas que eles observaram a chegar nos lugares turísticos e suas possíveis soluções. Assim, através dos sentidos construídos por esses jovens turistas uma representação dos atrativos de Paris é elaborada e descrita. Para tal, questionamos: Chegando ao lugar turístico, o que conheceu e projetado atendeu os seus sonhos? O que precisaria mudar? (Atitudes, relações sociais e institucionais).

O quadro 2 identificou-se vários temas e objetos discursivos em torno do qual os mochileiros

representam Paris. Assim, verificou-se no discurso website que vinte e cinco (25) dizem que a cidade de Paris é composta por diferentes tipos de lugares. Estas representações estão ancoradas nas ações de investimento e estruturadas na interpretação dos jovens, quando eles comparam com as suas práticas e associam com elementos sociosimbólicos, estéticos e emocionais. Esta estrutura fornece a base para o reconhecimento e juízo de valor em dois pólos: positivo e negativo. Estes são revestidos pelas interações sociais e pelos problemas econômicos e ambientais. Pode-se então, afirmar que estes pólos constituem uma tensão socioespacial de inserção e marginalização que se ligam e se reconciliam com atributos simbólicos, proporcionando uma sentido ao território parisiense, pelo jogo de força que se estabelece através das práticas de espacialização e socialização. Em resumo, pode ler nas respostas dos mochileiros:

“Paris é medo, traição, ataques. Paris é uma festa [falando sobre o Dia Nacional]. Da Torre Eiffel, Notre-Dame, o Louvre, Invalides, Place de la Concorde, o Arco do Triunfo, a Ópera, Montmartre Sagrado Coração. A capital do “progresso” da Exposição Universal. Oscilações de Paris. Paris em Jazz. E no mês de maio tudo é alegre em Paris: barricadas greve na Sorbonne ocupação em geral. Surpresas em Paris. Paris canta. “É 05:00, Paris acorda...” Todas essas imagens têm alimentado o mito (H1).

(Paris) “não é perigoso, a menos que você tem medo de se apaixonar” (H4).

“Não pode ter bairros inteiros perigoso, mas algumas ruas devem ser evitadas à noite. Enquanto isso, em Paris a insegurança é muitas vezes mais uma questão de sentimento (...) só precisa de um mínimo de atenção, como em todas as cidades” (H5).

“A comida, os edifícios, a cultura do café, vinho e cerveja barata... Foi emocionante, cheio de história e de tirar o fôlego. Volto a cada ano. Paris é grande e cara, mas não é uma cidade tão grande? Paris é linda, dinâmica e cheia de comida orgasmo e história de ódio. Todos os dias, eu sonho com a magia que é Paris (...) Estar aqui é como estar em um verdadeiro filme de comédia romântica” (F6).

Pode-se notar que, pelo discurso e pelo mosaico de fotos 1 e 2, a maioria dos jovens turistas (21) que vieram a Paris aponta os lugares turísticos mais conhecidos e que são também os mais representativos, tais que: monumentos, jardins, museus, entre outros.

Quadro 2: Representações Sociais dos Mochilheiros sobre a Cidade de Paris.
N=25

Total	N.º atores	Lugares reais e eventos	Imagens percebidas	Representações
	08	Bairro Latino, Panthéon, Museu Rodin, Louvre, Tour Eiffel, Arco do Triunfo	Culturais Históricos.	Identidade Cultural da Cidade
	07	Cafés, Pontes Passerelles, Mon Martre	Beleza, Amor, História	Romantismo da Cidade, MMistura de ficção e realidade
	06	Exposição Universal. Sorbonne, Praça da Concordia, Notre Dame, Greve, Bloqueio	Medo, Traição, Ataques, Festas, Progreso	Mito da Cidade Perfeita.
	04	Barbés Pigalle	Perigo e Amor.	Estereótipo da Cidade
Total	25			

Fonte: Organizado pelo Autor (2012)

Legenda: H = homem; M = mulher

Mosaico 1: Festa Nacional da França. Em destaque os dois monumentos mais representativos.



Fonte: Fotos dos Mochilheiros, <http://www.routard.com>, (2012).

Mosaico 2: Representações por imagens do Museu do Louvre e Jardim de Tuilerie



Fonte: Fotos do Autor (2012).

Mas, a cidade se apresenta como real e identitária. Segundo os jovens turistas ela é marcada por dois polos: positivo e negativo (amor e perigo), real e ficção (história e romantismo). Apesar disto, é importante dizer que quatro deles admitem as fragilidades stereótipo em relação aos bairros mais perigosos. Logo, eles consideram que a cidade de Paris tem, também, lugares de restrições, marcados por boas e péssimas qualidades. Ex: Foto 1, o Bairro de Barbés Rochechouart.

Estes discursos nos permitem pensar que os mochileiros reconhecem os fatos que expressam o patrimonio material e imaterial da cidade de Paris. Assim, eles sublinham os eventos culturais e sociais (festa, exposição, música, gastronomia, greve, etc.), as construções urbanas (monumentos, bairros, jardins), assim que as pessoas que eles classificam de boas e más.

Em relação aos eventos culturais Cluzeau (2005) explica que “O festival constitui muitas vezes, um caso de turismo urbano, mas não sempre, pois alguns festivais como o Jazz que tem um público particular,

geralmente jovem entre 18 e 30 anos sem filhos, por exemplo, em Paris Jazz “(p.29). Em relação as imagens da França (arte, cultura e como o destino), os resultados desta pesquisa, desta autora, estão mais perto de nosso, que demonstram que as grandes linhas de promoção buscam sustentar essa imagem forte, trazendo três correções: publicar “ menos imagem de Paris “, para melhor irrigar o atendimento as regiões fortemente identificadas; evitar “ imagem desatualizadas”, para destacar que existe uma cultura vibrante e criativa; bem como” imagens frias”, porq destacar uma apresentação de patrimonio no seu contexto histórico e humano “(p.21). Abassi (2000), em sua pesquisa apoiada por um corpo de literatura empírica (livros didáticos de história e geografia e literatura turística), acrescenta que a partir da década de 1980, na França, como em outros lugares, o patrimonio emergiu como a categoria dominante da vida cultural e política pública.

Foto 1: o Bairro de Barbés Rochechouart



Fonte: <https://www.google.com/search?q=barb%C3%A9s+rochechouart&hl=pt-BR&tbo=u&tbn=isch&source=univ&sa=X&ei=6TzCUOb0CMWGHQeJv4GIAw&sqi=2&ved=0CEQQsAQ&biw=1024&bih=499> (2012).

Estes elementos caracterizam alguns lugares em Paris, mas é interessante notar que eles tecem a conjuntura socioespacial desta cidade, quando os mochileiros se referem as questões socioambientais, revelando que a vida de indivíduos e grupos se inserem num meio contraditões. Assim, em torno da representação da cidade, os jovens turistas exteriorizaram ideias que expõem incertezas e riscos específicos para o ambiente social, bem como a relação ambígua entre ordem e desordem. Ao longo da análise dos participantes do discurso, foi dada atenção aos diferentes significados aos lugares agradáveis e desagradáveis. Os resultados dos estudos de Amirou (1995) corroboram com estes, quando

Quadro 3. As Aprendizagens na Cidade de Paris.
N: =25

Total	Nº Atores	Domínio Científico	Conteúdo	Práticas Sociais e Espaciais
	21	História e Geografia	A arte. Os bairros.	Visitas aos lugares e eventos turísticos.
	04	Geografia Cultural. Sociologia.	Hábitos, Modo de Vida.	Experiência de Vida na Cidade.
TOTAL	25			

Fonte: Organizado pelo Autor (2012)

Legenda: H = homem; M = mulher

ele afirma que sempre um mal-estar é causado no turista, no momento de formular um diagnóstico sério sobre o significado do fenômeno-viagem, sem situar constantemente na sociedade global as característica em que ele se desenvolve. E Choplin (2000) acrescenta que na abordagem geográfica, não se aceita mais o turismo como uma vocação, mas como uma invenção dos atores que transformam os espaços, as empresas e nos propõem a esclarecer as questões de identidade induzidas pelo processo de “desenvolvimento do turismo” (p102).

Portanto, Paris é concebida como uma cidade de contrastes, porque há um espaço objetivo, um real vivido que é cheio de atributos subjetivos, representados pelo senso que os turistas atribuem aos lugares turísticos e não-turísticos.

a) As Aprendizagens em Relação ao Território Parisiense

Procurou-se reforçar a importância que os participantes acordavam a Paris, levando-se em consideração o espaço vivido e suas práticas sociais, assim buscou-se identificar suas experiências, expectativas e modos de aprendizagem.

O quadro 3 representa o reconhecimento dos valores positivos que os mochileiros atribuem à cidade de Paris. Eles são mis ter em dizer que é em relação ao compromisso, ao enraizamento que els aprendem e se beneficiam. O seguinte comentário é remárquavel, entre aqueles, um mochileiro recomenda que “para aprender, ao menos uma vez, é preciso visitar Paris. Isto significa que é uma cidade para aprender “(H2).

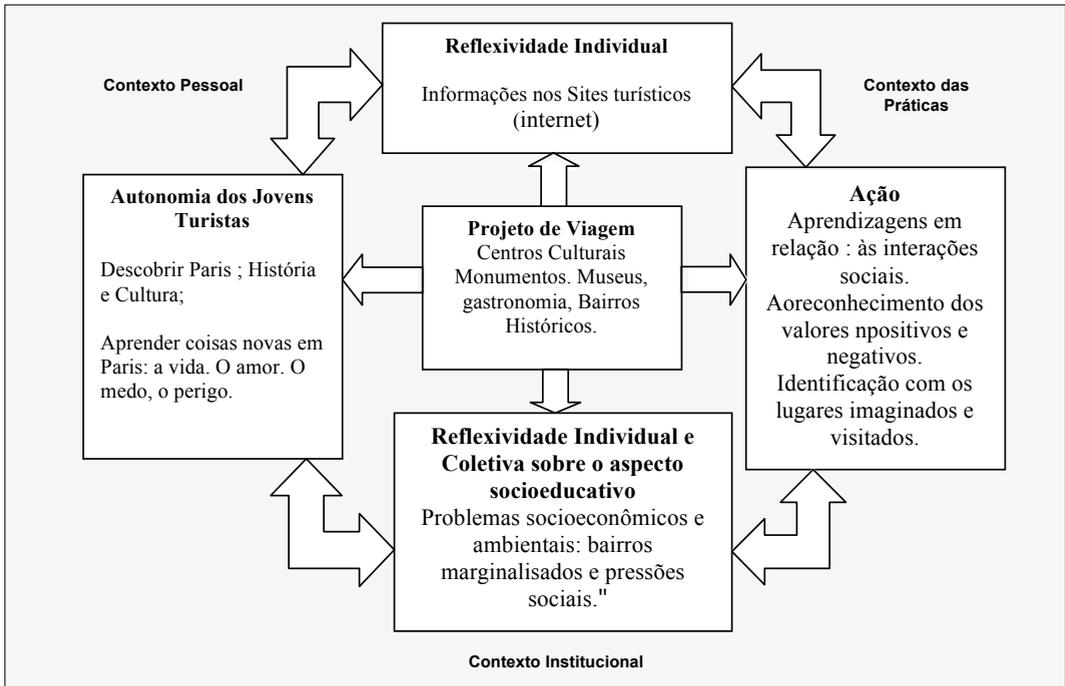
Pode-se constatar que os turistas jovens têm representações sobre conhecimentos geográficos e históricos de senso comum. Assim, na cidade, a maioria dos mochileiros tem uma visão bastante clara do seu aprendizado e os conteúdos da aprendizagem. Parece que eles têm espontaneamente estabelecida

uma relação entre aquilo que eles aprendem na cidade e os conteúdos da aprendizagem escolar. Por unanimidade, eles dizem que suas práticas sociais na cidade podem ajudá-los, em relação a visitas e experiências, à aprender mais conteúdos quando confrontados com o real socioespacial e construção do conhecimento adquirido sobre este mesmo real dentro da escola.

Estes resultados convergem com os de Richards (2009) quando ele confirma pela pesquisa da ATLAS (2004) que a motivação mais importante de jovens turistas é “aprender coisas novas”, numa combinação da cultura local e da história, visitando museus, teatros e festivais. Para tal, devemos dizer que tais informações sobre o destino são, particularmente, buscadas na internet e rede de amigos (Richards, 2004). Cluzeau (2005) também destaca a necessidade de desenvolver associações de turismo, pois suas origens sócio-educativas inspiram, dentro dos diversos espaços educativos, uma forma de educação continuada divulgada, através de entretenimento cultural “por todos “que permitem o desenvolvimento físico e intelectual (...) a ênfase é dada sobre a prática em comunidade: dança, teatro, fóruns são destinados ao “lazer passivo “espetáculos e a comunicação entre viajantes. (...) Agora é preciso concentrar esforços para o público jovem “(p.32)

Assim, como a cultura é o elemento essencial de atração e distinção dos lugares turísticos, vale salientar três dimensões essenciais para a educação e o turismo que seja **sustentável**, em relação à consumação, à criatividade, à identidade, aos valores, etc.; **conectivo**, comparado à relação entre a comunidade e os turistas; **criativo** ao que se refere as habilidades apreendidas pelos jovens turistas e utilizadas ao retornar ao seu espaço cotidiano.

Os resultados das diferentes imagens sobrepostas foram comparadas com as propostas conceituais e os resultados de pesquisas anteriores que nos

Figura 1: Representações Sociais de Paris, (Baseado sobre a TMA de Guiddens, 1991).

Source: Organisé par l'auteur (2012).

Fonte: Organizado pelo Autor (2012)

pérmittiu desenvolver um modelo da RS de Paris (Figura 1), baseado na TMA de Guiddens (1991).

Em resumo, a partir dos resultados, a figura 1 representa a objetivação, a reconstrução da realidade. Assim, pode-se afirmar que o território parisiense tem um sentido que lhe é atribuído pelos jovens turistas, onde suas práticas são simplesmente o reflexo de seus projetos de viagem. Pelo modelo representativo, a atividade turística, não é mais um produto criado pelo marketing, significa dizer que ele vem a ser a materialização das coisas produzidas pelos mochileiros, nos diversos lugares da cidade de Paris. Este processo é explicado pelo movimento dinâmico que vai do pensamento à ação, passando pelas dimensões: individual, coletiva e institucional. Tudo isto é confirmado pela TMA de Guiddens (1991) e demonstra a fluidez da identidade dos atores e do território, na medida em que, os jovens turistas são enraizados aos contextos tradicionais da cultura francesa e a existencia da cidade de Paris. Por consequencia, estes elementos nos permitiram apresentar estratégias, visando melhorar a educação e o turismo no Brasil, e no mundo, nos planos científico, político, socioeducativo e didático.

7. Considerações Finais

Constata-se, sem dúvidas, que o estudo da territorialidade junto aos jovens turistas nos conduz a argumentar sobre a contribuição dos resultados aos palnos científico, político, socioeducativo e didático, no domínio interdisciplinaire da educação e do turismo. Logo, algumas estratégias de interveção serão apresentadas, nos seguintes contextos: pessoal do turista (projeto de viagem), das práticas de diversos atores e institucional. Estas estratégias podem contribuir ao desenvolvovimento de ações que implicam numa relação entre os turistas e residentes da coletividade, os agentes, guias e aacompanhantes de viagem.

a) Plano Científico

O estudo fornece novos caminhos para a pesquisa interdisciplinar em educação e turismo, onde os modos de apreensão do espaço turístico, como conteúdo das representações, constituem um referencial para melhorar os serviços de transporte, hospitalidade, gestão dos espaços visitados e da cultura. De fato, este trabalho apresenta conhecimentos que podem contribuir para melhorar a prática pedagógica de professores, fazendo com que os alunos possam

compreender a organização socioespacial e a seu pertencimento à ele, por sua vez, valorizando e preservando o patrimônio tangível e intangível.

Apreender o espaço em todas as suas dimensões significa inseri-lo na ordem do que é perceptível e simbólico em três maneiras. A primeira refere-se como identificar os elementos naturais e sociais do espaço real ou objetivo, através da interpretação do espaço pelos indivíduos. A segunda diz respeito ao modo de relação dos sujeitos aos lugares, principalmente pelas interações sociais, permitindo que os atores sociais possam estabelecer uma conexão emocional com o seu espaço vivido. Finalmente, este conjunto permite identificar a terceira maneira, que é a valorização das formas espaciais e da sociabilidade do espaço que revelam posições estéticas e afetivas dos atores sociais em relação aos lugares. Em suma, os significados do espaço sociosimbólico são construídos pela forma do pensamento, da percepção e da ação,

b) Plano político e Socioeducacional

Este estudo tem importância socioeducacional, pois ele tenta integrar as RS do espaço, envolvendo uma interação entre o conhecimento significativamente construído pelos atores sociais e acadêmicos. Trata-se de desenvolver o turismo cultural e pedagógico. Mas existem desafios a enfrentar. Com relação ao turismo cultural, faz-se necessário garantir a sua sustentabilidade, uma vez que no contexto brasileiro e em outros lugares, a maioria das pessoas que visitam o atrativo cultural não é de “turistas culturais” e não apresenta necessariamente um elevado grau de interesse na cultura em si mesma. Significa dizer que a cultura é pensada e integrada num sistema de consumo e de lazer, tal que oferecida como um outro produto para ser consumido (Richards, 2009). Por outro lado, a maior parte dos jovens brasileiros, principalmente aqueles que apresentam escolaridade, concebem as tradições culturais como algo “velho” ou “vergonhoso”. De fato, a cultura é vista como espetáculo, e o vandalismo está presente principalmente na pinchação a monumentos e sítios naturais, na restauração excessiva da arquitetura obras de arte, bem como na alteração de ambientes (publicidade vandalismo). (Yazigi 1999).

A este respeito, recordamos que a educação no Brasil está sujeita a novas reformas e os Programas Curriculares Nacionais (PCN's) (1999) tentam superar as distorções da educação básica e fornecer uma educação mais democrática. Para isso, o Ministério da Educação propõe as escolas de trabalhar conteúdos e conceitos em relação à própria realidade dos alunos.

Portanto, a abordagem política e socioeducativa consiste, de um lado, a criar um projeto teórico que

integre os diversos planos setoriais: educação, cultura, social, urbano e turismo. Para isso, propomos: a) educação patrimonial, através da conectividade entre a comunidade local e os agentes de manutenção da cultura (estudantes, gestores, educadores, etc) e à divulgação de informações através de sites. b) regulação e controle do uso e ocupação do solo urbano, através da cooperação mútua e de formas integradas de gestão da território.

c) Didática

A relevância didática deste estudo implica, antes de tudo, incluir os modos de apreensão do espaço no ensino e aprendizagem da geografia, da arte, da linguagem da história, tocando questões socioespaciais que integrem os seguintes conteúdos: homem no espaço, práticas e atividades cotidianas, localização, qualidade de vida, relações entre indivíduos e seus territórios, entre outros. Acreditamos que o uso de práticas de ensino das representações de jovens turistas e sua possível conformação e articulação com os conhecimentos escolares envolvem os seguintes aspectos: a representação dos atores sociais e seu espaço vivido, o objeto da aprendizagem, a escolha do conteúdo e da situação pedagógica. Esta abordagem pode ser aplicada para a formação de profissionais do turismo, particularmente nas áreas da hospitalidade e suas especialidades, de guia de turismo, do marketing e produção de eventos, enquanto que na formação continuada de professores. Assim, propomos na educação patrimonial e do turismo cultural, dois eixos: interpretação do patrimônio e do turismo pedagógico.

Para o primeiro, alguns conhecimentos e ações são importantes, tais como: exercício da comunicação, desenvolvimento de habilidades específicas como forma de atender ao público; utilização da psicologia, a fim de valorizar as experiências dos indivíduos e sua familiaridade com o patrimônio, ou seja, se concentrar nas sensações e na memória (cheiros, sabores, sons, toque, etc.); apreensão dos conhecimentos da geografia e da história, como forma de facilitar a acessibilidade, utilizando as artes e temas históricos; valorização da educação física, colocando o turista num cenário que contribua a socialização, por intermédio de atividades interessantes.

Para o segundo, a ênfase é sobre os alunos, suscitando interações e responsabilidade dentro e fora da sala de aula. O conceito de “turismo pedagógico” é originário da Finlândia e baseia-se na perspectiva construtivista social, ainda bem desenvolvido em França e Canadá. Neste sentido, sugere-se desenvolver as seguintes ações: visita guiada a lugares turísticos – escolha de um lugar, um site, um resort turístico; busca de informações em sitesweb especializados; análise e interpretação da paisagem, do

lugar turístico e seu patrimônio (equipamentos de acesso para atender as necessidades dos atores sociais, arquitetura, inventário dos edifícios, monumentos, gastronomia, comunidade, acomodações diferentes); excursão aos museus -: escolha do museu e promoção aos alunos através de atividades como: oficina em conexão com exposições temporárias de museus.

Para concluir, afirmamos que essas ações não podem ser realizadas sem uma gestão transversal da cidade, já econsolidada, a fim de alcançar suas características multifuncionais. Para tal, algumas práticas são necessárias: parcerias entre equipes do município, bem como os vários segmentos da sociedade; formação continuada de gestores dos conselhos municipais, bem como de professores, líderes de associações, comerciantes, de estudantes. Finalmente, tentar a inclusão social e territorial, pelos objetivos do planejamento: definição de populações tradicionais, através de melhorias das condições sociais, culturais, econômicas e ambientais.

Bibliografia

Abric, J.-C.

1994 «Pratiques sociales et représentations». Paris: PUF.

Aceveo, Cláudia Rosa.

2003 Motivos para viajar: um estudo com turistas maduros no contexto brasileiro, En "FACEF Pesquisa", v.6. n.3, pp. 78-87.

Amirou, Rachird.

1995 «Imaginaires Touristiques et sociabilités du voyage». PUF – Presses Universitaires de France.

Anadón, M.

2002 "Représentations et éducation: quelques réflexions théorique-méthodologiques". L'année de la recherche en sciences de l'éducation: des représentations, pp.227-244. France: Afirse-Matrice.

Audigier, F.

1996 «Construction de l'espace géographique ». Paris: INRP.

Audigier, F.

1994 Des élèves, des villes: représentations sociales et didactiques. «Revue de géographie de Lyon», 69, p. 105-119.

Augé, M.

1994 "Não-lugares: introdução a uma abordagem da supermodernidade". Campinas: Ed.Papirus.

Bailly, A. e Scariati, R.

1999 «Voyage en géographie ». Paris: Anthropos-economica.

Bailly, A. et al.

1995 «Géographie régionale et représentations ». Paris: Anthropos-economica.

Banducci, Junior, Alvaro et Barreto

2001 "Margarida. Turismo e identidade local: uma visao antropologica". Campinas, SP, Papirus.

Barbas-Gravari, Maria

La ville à l'ère de la globalisation des loisirs, accès http://www.geographiedijon.fr/IMG/pdf/texte_Gravari-Barbas.pdf; en 25.11.2012.

Bardin, L.

1989 «L'analyse de contenu. Paris ». PUF.

Barreto, M.

2003 O imprescindível aporte das Ciências Sociais para o planejamento e Compreensão do Turismo. "Horizontes Antropológicos". Porto Alegre, ano 9, n. 20, pp.15-29, Outubro.

Barreto, M.

2003 O imprescindível aporte das Ciências Sociais para o planejamento e Compreensão do Turismo. "Horizontes Antropológicos". Porto Alegre, ano 9, n. 20, pp.15-29.

Bissi, Driss.

2000 Patrimonialisation de l'histoire et tourisme identitaire dans la Tunisie postcoloniales. En Bataillou, Christian Jacques (Org.) «Tourisme, patrimoines, Identités, territoires », Collection Études, Presses universitaires de Perpignan, pp. 49-68.

Bomfim, N. R.

2005 O conceito de patrimônio numa perspectiva multidisciplinar: contribuições para uma mudança. de enfoque. "Revista Turismo & Desenvolvimento". São Paulo, 2006, vol. 5, n.1, pp. 27-35.

Bomfim, N. R.

2009 "Noção social do território: Em busca de um conceito didático em Geografia. A territorialidade". Ilhéus: Editus.

Bomfim, N. R.

2005 O conceito de patrimônio numa perspectiva multidisciplinar: contribuições para uma mudança de enfoque. "Revista Turismo & Desenvolvimento". São Paulo, 2006, vol. 5, n.1, p. 27-35.

Chartier, Sandrine.

2009 «Nouvelles pratiques des jeunes ». Master 1 Gestion du tourisme industriel et hospitalité, sous la direction de: Driss Boumeggouti, Faculté des Langues, des Cultures et des Littératures du Tourisme et de l'Hospitalité.

Choplin, Marie-Astrid.

2000 Les enjeux identitaires de la mise en tourisme et les représentations des acteurs portées par l'iconographie: le cas Ouarzazate [sud-est marocain]. En Bataillou, Christian Jacques (Org.), «Tourisme, patrimoines, Identités, territoires », Collection Études, Presses universitaires de Perpignan, pp. 109-116, 2000.

Cluzeau, Laude Origet du.

2005 «Le tourisme culturel». Presses Universitaires de France - PUF, p .125.

Cousin, Saskia.

L'identité au miroir du tourisme. Usages et enjeux des politiques de tourisme culturel Thèses. Ecole des hautes études en sciences sociales - EHESS PARIS (06/01/2003), Marc Abélès (dir.)[oai:tel.archives-ouvertes.fr:tel-00266547], accès <http://tel.archives-ouvertes.fr/tel-00266547/fr/>.

- Cousin, Saskia et Lageiste, Jérôme.
2011 «Représentations, images et imaginaires touristiques ». Communications du Colloque Nouveaux Musées, Nouvelles Eres Urbaines, Mobilités Touristiques à Berkeley, avec le TSWG, Université de Californie à Berkeley.
- Dencker, Ada de Freitas.
2004 “Métodos e Técnicas da Pesquisa em Turismo”. SP, Futura.
- Djament, Géraldine, Fagnoni et Edith Mengin Christine.
2005 «Tourisme, patrimoine, développement », travaux menés par le réseau Patrimoine et Développement créé à Paris 1, notamment à partir du cas de Porto Novo. Il bénéficie également de l’appui en matière de recherches de la chaire UNESCO.
- Dubet, François.
2009 «Le travail des sociétés ». Éditions du Seuil. Paris VI.
- Ferrier, J.-P.
1998 «Le contrat géographique ou l’habitation durable des territoires ». Paris: Payot Lausanne.
- Fonseca Filho, Ari da Silva.
2010 Educacion turistica – reflexiones para elaboracion de una propuesta com base en la cultura. “Pasos, Revista de Turismo y Patrimonio Cultura” l. V; 8, n. 1, pp. 61-69.
- Gastal S.; Gomes, M. S.
2005 O Jornal da Globo e as RS do Turismo. “Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares em Comunicação”, XXXVIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação. UERJ.
- Giddens, A.
1991 “Modernity and Self-Identity. Self and Society in the late Modern Age.” Cambridge: Polity.
- Gwendal, Simon.
2011 Le « projet de voyage », un cadre interprétatif des pratiques touristiques en ville ? in de la Chaire « Culture, Tourisme, développement » TOURISME / TOURISM Concepts et méthodes à la croisée des disciplines Concepts and methods at the disciplinary crossroads, pp. 1-13.
- Jacquot, Sébastien.
2011 «Métropolisation et Tourisme ». MCF, IREST-Paris1, géographie.
- Karsenti., T. et Savoie-Zajc, L.
2000 «Introduction à la recherche en éducation ». Sherbrooke: Éditions du CRP.
- Luchiani, Maria Tereza Duarte Paes.
2005 A reinvenção do patrimônio arquitetônico no consumo das cidades, “GEOUSP - Espaço e Tempo”, São Paulo, N° 17, pp. 95 – 105.
- Medeiros, M.
1998 “Olhando a lua pelo mundo da rua: representações sociais da experiência de vida de meninos em situação de rua. Thèse de doctorat inédite. Universidade de São Paulo: Escola de enfermagem de Riberão Preto.
- Moscovici, S.
1961 «La psychanalyse: son image et son public ». France: PUF, 1961.
- Parametros Curriculares Nacionais (PCN’s)
1999 “Ministério da Educação e da Cultura”, Brasília.
- Piaget, J.
1989 «Le langage et la pensée chez l’enfant ». Paris: Colin.
- Pires, A.
1997 «L’échantillonnage ». in: J. Poupart et al (dir.). La recherche qualitative: enjeux épistémologiques et méthodologiques ». Rapport présenté au Conseil Québécois de la Recherche Sociale, pp.137-194. Québec.
- Revelin, Florence.
2011 «Une approche ethnoloécologique pour étudier le rapport sensible des touristes à un espace naturel: quelles adaptations méthodologiques ». En de la Chaire Culture, Tourisme, développement, TOURISME / TOURISM Concepts et méthodes à la croisée des disciplines Concepts and methods at the disciplinary crossroads.
- Richards, Greg.
2009 Turismo Cultural: padroes e implicacoes. En Camargo, Patricia e Cruz, Gustavo da (Org.), “Turismo Cultural: estrategias, sustentabilidade e tendencias”, pp. 25-48.
- Roiné, Perrine.
2011 «Jeunes en voyage: les nouvelles pratiques alternatives ». Master 1, sous la direction de: Jacinthe Bessière, UNIVERSITÉ DE TOULOUSE II – Le Mirail, Centre d’Etudes du Tourisme de l’Hôtellerie et de Industries de l’Alimentations.
- Schlüter, Regina G.
2009 Patrimonio Imaterial e Turismo: a gastronomia como recurso cultural. En Camargo, Patricia e Cruz, Gustavo da (Org.), “Turismo Cultural: estrategias, sustentabilidade e tendencias”, pp. 251-278. 2009.
- Talavera, Augustin Santana.
2003 Turismo Cultura, Culturas Turísticas. En: “Horizontes Antropológicos”, pp. 48-62, Porto Alegre, ano 9, n. 20.
- Turgeon, Laurier, Létourneau, Jocelyn e Fall Khadiyatoulah.
1997 «Les espaces de l’identité ». Sainte-Foy, Les Presses de l’Université Laval xviii-324 p.
- Yazigi, Eduardo.
1999 “Turismo: uma esperança condicional”. 2ª,Ed. SP. Global Editora.

Recibido: 08/12/2012
Reenviado: 19/01/2014
Aceptado: 20/01/2014
Sometido a evaluación por pares anónimos



Estudios y Perspectivas en Turismo



Objetivos

Estudios y Perspectivas en Turismo es una publicación con referato de aparición trimestral que analiza al turismo desde la óptica de las Ciencias Sociales y constituye un foro interdisciplinario para la expansión de las fronteras del conocimiento.

Estudios y Perspectivas en Turismo busca encontrar el balance entre teoría y práctica al igual que ir construyendo un campo de conocimientos sólidos en el ámbito del turismo en función del aporte de diferentes ciencias y disciplinas. Se interesa tanto por las contribuciones que pueden realizar los especialistas que proceden del ámbito del turismo como de aquellos que provienen de la antropología, ciencia política, ecología, economía, geografía, psicología, sociología, etc.

En su afán de trascender fronteras, Estudios y Perspectivas en Turismo invita a especialistas de diferentes partes del mundo a enviar trabajos escritos en español, portugués, inglés, alemán y francés.

<http://www.estudiosenturismo.com.ar/>

<http://www.cieturisticos.com.ar/>

A operação das companhias aéreas nos aeroportos *hub & spoke* e nas bases operacionais

Cláudia Ribeiro de Almeida*

Universidade do Algarve (Portugal)

Carlos Costa**

Universidade de Aveiro (Portugal)

Resumo: O processo de desregulamentação do transporte aéreo e todas as alterações que têm surgido no mercado do transporte aéreo originaram o aparecimento de novos conceitos de aeroportos, nem sempre claros e fáceis de entender. Aeroportos *Hub & Spoke* e as bases operacionais, apresentam características próprias que importa explorar neste artigo por via de estudos de caso que visam evidenciar as diferenças e salientar a sua importância para as companhias aéreas envolvidas.

Neste artigo iremos avaliar a operação de duas companhias aéreas que pertencem a uma aliança estratégica e que operam segundo a rede *Hub & Spoke*, assim como a operação de uma companhia aérea de baixo custo, que possui mais de cinquenta bases operacionais na Europa.

Palavras-chave: Transporte aéreo; Aeroportos; *Hub & Spoke*; Bases operacionais; Ryanair; *Star Alliance*; *OneWorld*.

The operation of airlines at airports hub & spoke and operational bases

Abstract: The process of deregulation of air transportation and all changes that have arisen in the air transport market led to the emergence of new airport concepts, not always clear and easy to understand. Airports Hub & Spoke and operational bases, has specific characteristics to be exploited in this article through case studies that aim to highlight the differences and emphasize its importance for the airlines involved.

In this article we are going to evaluate the operation of two airlines that are members of a Strategic Alliance, which operate under a Hub & Spoke network, as well as an example of a low cost airline operating to more than 50 operational bases all over Europe.

Index Terms: Air transport; Airports; *Hub & Spoke*; Operational bases; Ryanair; *Star Alliance*; *One World*.

1. Introdução

Os transportes são, de forma global, cruciais para a maior mobilidade das populações, trocas comerciais, económicas e/ou culturais, permitindo uma maior competitividade para um país, região ou cidade (Almeida, 2011 e Almeida, 2012). Dos vários

modos de transporte existentes, o transporte aéreo apresentou, nas últimas duas décadas, um maior índice de desenvolvimento e crescimento ao nível da procura, o que também se pode associar ao facto de estar interligado a outro setor de atividade em forte expansão, o setor turístico. Paralelamente, encontramos as infraestruturas aeroportuárias,

* Pós Doutoramento em Turismo. Phd em Turismo. Professora Adjunta na Universidade do Algarve, ESGHT (Portugal); E-mail: calmeida@ualg.pt

** PhD em Turismo. Professor Catedrático na Universidade de Aveiro, DEGEI (Portugal); Diretor do doutoramento em Turismo da Universidade de Aveiro; E-mail: ccosta@ua.pt

que tem vindo a sofrer grandes alterações, em parte devido às constantes mudanças do mercado do transporte aéreo (Almeida, 2011).

No continente europeu, o transporte aéreo e as infraestruturas aeroportuárias demonstram um grande dinamismo e, acima de tudo, uma resposta que se tem revelado adequada às grandes alterações que ocorreram no mercado no período pós liberalização do transporte aéreo. Este processo que ficou apenas concluído em 1997, na Europa, veio trazer uma nova dinâmica ao setor. Antes do processo de liberalização era comum as companhias aéreas operarem segundo o modelo ponto a ponto (voos diretos), no entanto, e após o processo de liberalização, as companhias aéreas tiveram de efetuar uma reestruturação e adotar novas estratégias, nomeadamente por via da criação de um sistema de redes *Hub&Spoke*, que lhes permitiam abranger um mercado mais amplo, aumentar o número de rotas em oferta e melhorar as frequências dos voos.

O processo de liberalização permitiu a entrada de novas companhias aéreas no mercado, nomeadamente as de baixo custo, que para além de operarem segundo um modelo de negócio distinto, privilegiam os voos ponto a ponto entre aeroportos secundários, o que lhes permite uma rápida rotação e uma maior rentabilidade da sua frota.

Neste artigo, para além da análise da questão do processo de liberalização do transporte aéreo na Europa e o seu impacto no negócio das companhias aéreas e na relação destas com as infraestruturas aeroportuárias, iremos discutir o conceito de aeroportos *Hub*, *Spoke* e bases operacionais. A sua discussão torna-se pertinente numa altura em que existem companhias aéreas, nomeadamente as de baixo custo, que estão a desenvolver as suas bases operacionais um pouco por toda a Europa, onde, por vezes, outras companhias aéreas têm os seus aeroportos *Hub*. Os limites dos conceitos em discussão parecem ser por vezes difusos, no entanto a operação de cada companhia aérea em cada um dos aeroportos determina o seu raio de ação e qual o conceito que devemos aplicar.

Para aferirmos de perto esta realidade iremos apresentar três casos, dois em que se utiliza a rede *Hub & Spoke*, associado a companhias aéreas pertencentes a alianças estratégicas (*Star Alliance* e *OneWorld*), e um caso referente a uma companhia aérea de baixo custo com voos ponto a ponto.

2. O processo de liberalização do transporte aéreo

A regulamentação associada ao setor do transporte aéreo é vasta e muito abrangente. O aumento do número de voos de longa distância, entre dife-

rentes países, originou a necessidade de adotar vários regulamentos e políticas que permitissem o desenvolvimento da aviação civil internacional, por via de acordos bilaterais que permitiram uma maior proteção da concorrência. Estas medidas foram aprovadas na Convenção de Chicago, que se realizou em 1944 (D'Alfonso, Maliguetti e Redondi, 2011).

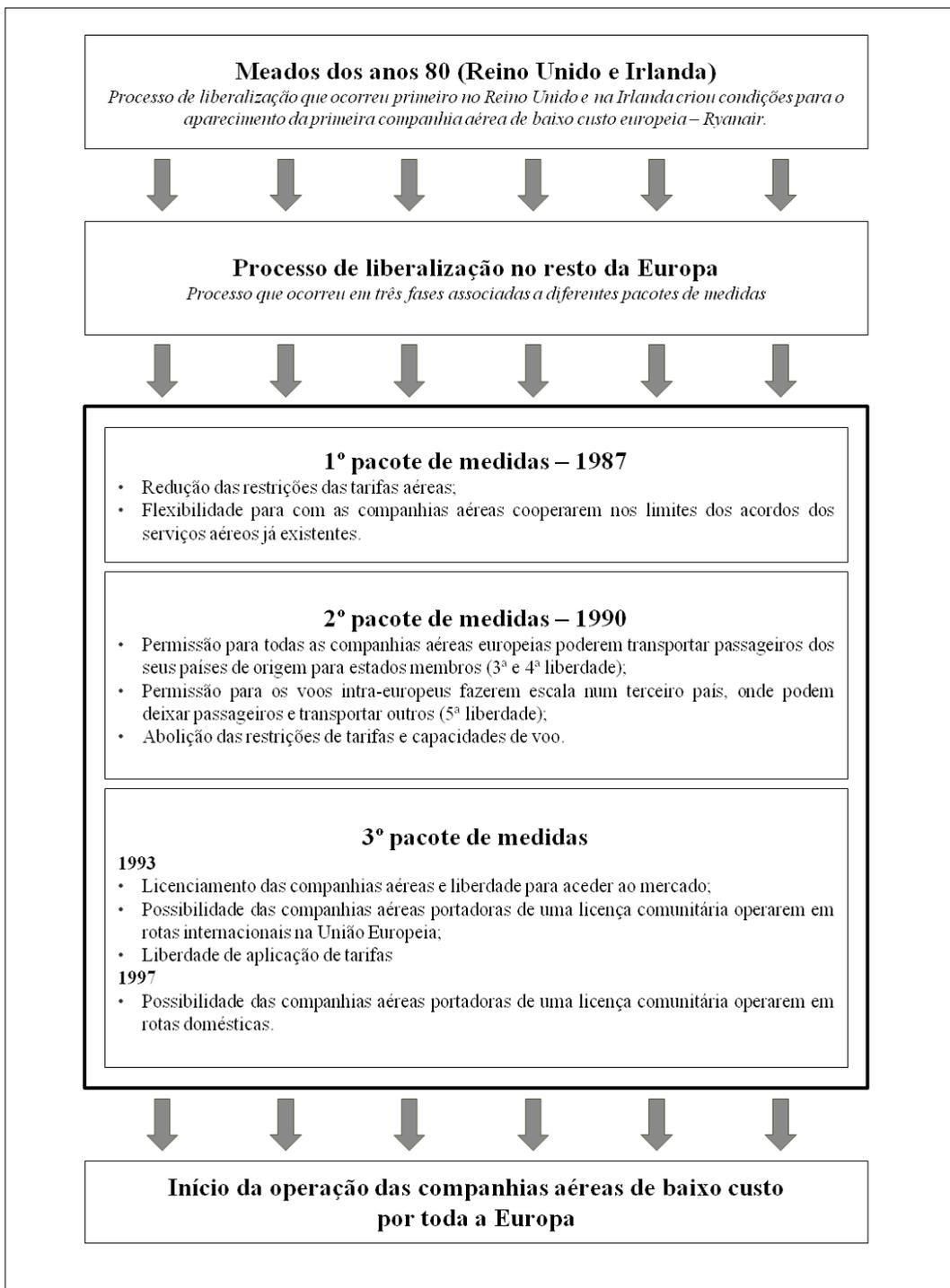
No início do processo de negociações, os EUA eram a favor de uma regulamentação a "céu aberto", no entanto o Reino Unido pretendia um mercado desenvolvido de forma mais ordenada. No final dos anos 70, tem início, nos EUA, o processo de desregulamentação do setor do transporte aéreo, que só viria a acontecer na Europa duas décadas mais tarde. A política de céu aberto que os EUA defendiam, permitiu a introdução de conceitos como o *code-share*, as tarifas livres e uma maior liberdade para adoção de rotas e frequências (Schäfer, 2003, citado por Wittmer e Bieger, 2011). Na Europa, o processo de desregulamentação teve início em 1987 e só foi concluído em 1997. A morosidade do processo aconteceu devido ao facto da Europa abranger diferentes países, que tinham as suas próprias companhias aéreas de bandeira, apoiadas por cada Estado. O processo de liberalização que ocorreu na Europa foi longo, podendo ser avaliado de forma resumida na Figura 1 que se apresenta de seguida.

Importa salientar que durante várias décadas, o setor do transporte aéreo tinha sido bastante regulado existindo pouca concorrência entre as companhias aéreas tradicionais, já que as tarifas eram atribuídas mediante acordos bilaterais entre Estados, que impunham determinadas rotas e aeroportos, tipo de aeronaves, tarifas e frequências de voos a cada companhia aérea. A capacidade da maioria das rotas era restrita, as tarifas tinham um valor elevado e a entrada no mercado de companhias tradicionais, que não fossem de bandeira, era quase impossível (Almeida, 2010).

Starkie (2011), salienta que também operavam companhias aéreas charter, principalmente nos países do Norte da Europa, que operavam ao abrigo de um regulamento que permitia o transporte de turistas que procuravam os destinos de sol e praia do Sul da Europa e do Mediterrâneo.

O processo de desregulamentação permitiu a progressiva eliminação de acordos bilaterais regulados pela Convenção de Chicago e a criação de um mercado interno europeu (COM, 2002). As medidas originaram um quadro jurídico comunitário, com uma liberalização do acesso ao mercado do transporte aéreo, regulando as regras de licenciamento da operação deste meio de transporte e as normas aplicáveis às tarifas de passageiros e carga (COM, 2002). A partir de 1 de abril de

Figura 1: O processo de liberalização na Europa.



Fonte: Almeida (2012)

1997, as transportadoras aéreas passaram a ter uma maior liberdade para fixar tarifas, aceder a novas rotas e determinar as capacidades a oferecer (Almeida, 2008).

A conclusão deste processo transformou todas as companhias aéreas da Comunidade, independentemente do Estado-membro onde estavam legalmente estabelecidas, em transportadoras aéreas comunitárias, com direitos de acesso iguais a todo o mercado interno e com responsabilidades iguais à face da lei. Estas medidas permitiram a entrada das companhias aéreas já existentes e que operavam essencialmente em mercados anteriormente fechados, assim como aparecimento de novas companhias com base em princípios e regras comuns (COM, 2002).

Em suma, os serviços aéreos podiam ser prestados de acordo com os desejos e as necessidades dos passageiros em vez de obedecerem a regras protecionistas e dependência de intervenção governamental. Só os voos internacionais de e para a União Europeia continuaram a estar sujeitos aos tradicionais acordos de aviação bilaterais (COM, 2002). Estas medidas trouxeram alguns benefícios que resultaram em grande parte na maior competitividade, diversidade de tarifas aéreas e acima de tudo no aparecimento de companhias áreas de baixo custo, que se baseavam no modelo de negócio da companhia aérea dos EUA, a *Southwest Airlines*.

3. Aeroportos Hub&Spoke

As alterações ditadas pelo processo de liberalização do transporte aéreo originaram um aumento da competitividade, que suscitou a adoção de mudanças na estratégia e nas práticas de gestão das companhias aéreas, cujo objetivo passou a assentar prioritariamente na gestão de custos e na melhoria da produtividade (Belobaba, Odoni e Barnhart, 2009).

Estas estratégias foram consolidadas por via de alianças, integrações horizontais (aquisição de outras companhias aéreas) e integrações verticais (aquisição de empresas de outros setores), originando a concentração de vários operadores que passaram a dominar grande parte da oferta e a usufruir de um vasto número de vantagens, tais como uma maior capacidade para alcançar oportunidades de mercado, a redução de custos, a maximização de estratégias de marketing e a maior possibilidade na aposta tecnológica, muitas vezes fora de alcance dos pequenos operadores (Graham, 2006; Cento, 2009; Wulf e Maul, 2010). Os autores Wulf e Maul (2010) salientam que devido à grande eficiência alcançada por estas estratégias

é previsível que a mesmas se consolidem durante a segunda década do século XXI.

A integração das companhias aéreas em alianças estratégicas de índole internacional permitiu o alcance a novos mercados e uma expansão do seu negócio por via do aumento de rotas e frequências. Este tipo de estratégia é mais frequente que a integração com outras companhias aéreas devido aos acordos legislativos que impõem a perda de direitos de tráfego, em caso de fusão de duas companhias internacionais.

Atualmente existem três grandes alianças estratégicas de companhias aéreas, a *Star Alliance*, a *SkyTeam* e a *OneWorld*, que têm associadas companhias aéreas dos cinco continentes (Figura 2).

Cento (2009), Pereira e Reis (2011), Elamiri (2000), Belobaba, Odoni e Barnhart (2009) e Graham (2006) salientam que as alianças estratégicas entre companhias aéreas podem ser traduzidas num conjunto de benefícios, nomeadamente: (i) Alcance facilitado de novos mercados e destinos ao ter acesso ao sistema de ligações de outra operadora, expandindo a sua rede operacional; (ii) Sustentabilidade económica através da redução dos custos e do uso de recursos comuns, tais como os espaços e serviços, como por exemplo *lounges* comuns, serviços de *check-in* e emissão de bilhetes; (iii) Benefícios estruturais que derivam da utilização de espaços comuns ou *slots* nos aeroportos; (iv) Benefícios políticos ao aceder a mercados legal e politicamente fechados; (v) Facilidade de aquisição e de partilha de novas tecnologias; (vi) Imagem de marketing unificada aos consumidores; (vii) Redução de custos através de uma melhor gestão da frota e da capacidade através de acordos de *code-share*.

Pereira e Reis (2011), Cento (2009) e Belobaba, Odoni e Barnhart (2009) destacam que esta estratégia apresenta benefícios para os passageiros uma vez que estes podem aceder a um maior número de destinos por via de voos de ligação e a antecipada coordenação de horários. Por outro lado os passageiros podem também usufruir de um conjunto de serviços *standard* e de maior qualidade, como por exemplo aqueles que se referem aos programas de passageiro frequente.

Doganis (2002) salienta que no processo pós liberalização foi desenvolvido o conceito de *Hub & Spoke*, considerando-se de aeroporto *Hub* aquele que se destaca no contexto de um país ou região pela sua dimensão e pela sua atração de um grande número de voos, muitos provenientes de aeroportos de menor dimensão que se denominam neste sistema de *Spoke*. Uma companhia aérea que opera no sistema *Hub & Spoke* oferece voos entre aeroportos *Hub* e entre estes e os aeroportos que operam como *Spokes*.

Figura 2: Alianças estratégicas das companhias aéreas.

 STAR ALLIANCE	ANO DE FORMAÇÃO 1997 AEROPORTOS 1329 PAÍSES 194 PASSAGEIROS/ANO 670,58 milhões Nº DE AERONAVES 4570 MEMBROS Adria Airways; Aegean Airlines; Air Canada; Air China; Air New Zealand; ANA; Asiana Airlines; Austrian; Avianca; Brussels Airlines; Copa Airlines CM; Croatia Airlines; Egyptair; Ethiopian Airlines; LOT Polish Airlines; Lufthansa; Scandinavian Airlines; Shenzhen Airlines; Singapore Airlines; South African Airways; Swiss; TAM Airlines; TAP Portugal; Thai; Turkish Airlines; United; US Airways
 oneworld	ANO DE FORMAÇÃO 1999 AEROPORTOS 859 PAÍSES 158 PASSAGEIROS/ANO 360,1 milhões Nº DE AERONAVES 2605 MEMBROS airberlin; American Airlines; British Airways; Cathay Pacific; Finnair; IAG; Iberia; Japan Airlines; LAN; Malaysia Airlines; Qantas; Qatar; Royal Jordanian; S7 Airlines; SriLankan
 SKYTEAM	ANO DE FORMAÇÃO 2000 AEROPORTOS 1000 PAÍSES 187 PASSAGEIROS/ANO 552 milhões Nº DE AERONAVES 2734 MEMBROS Aeroflot; Aerolíneas Argentinas; Aeromexico; Air Europa; Air France; Alitalia; China Airlines; China Eastern Airlines; China Southern Airlines; CSA Czech Airlines; Delta Air Lines; Kenya Airways; KLM; Korean Air; Middle East Airlines; Saudia; TAROM Romanian Air Transport; Vietnam Airlines; Xiamenair

Fonte: Star Alliance (2013); Oneworld (2013); Skyteam (2013)

A companhia integra as chegadas e partidas de modo a que os horários dos vários voos de ligação sejam coordenados e que os passageiros não tenham muitas horas de espera em direção ao seu destino final (Danesi, 2005). Esta estratégia abrange passageiros que voam de diferentes origens rumo a destinos que não apresentam procura suficiente para a realização de voos diretos. Neste caso os passageiros viajam à partida de um aeroporto considerado na rede como *Spoke* e efetuam uma

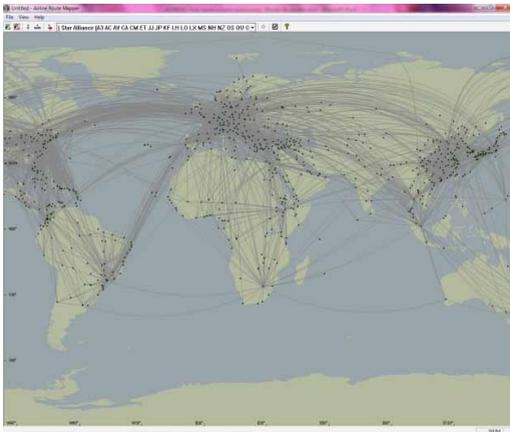
escala num aeroporto denominado de *Hub*, onde são transferidos para outra aeronave que os transporta até ao seu destino (Danesi, 2005). Normalmente esta situação ocorre no caso dos voos intercontinentais.

Na Europa destacam-se como aeroportos *Hub*, Heathrow (Reino Unido), Schipol (Holanda); Frankfurt (Alemanha) e Charles de Gaulle (França), que recebem diariamente várias centenas de voos provenientes não só da Europa como também de

outros continentes. Qualquer um destes aeroportos está localizado numa área central da Europa, funcionando como “corredor” entre o continente americano e a Europa e entre esta e o continente asiático.

Também se pode denominar *Hub* ao aeroporto onde uma determinada companhia aérea possui a sua sede, hangares ou terminais dedicados. Na prática este sistema de *Hub & Spoke* abrange as várias companhias aéreas que integram uma mesma aliança, permitindo uma partilha de custos, aumentando a eficiência das companhias aéreas, uma vez que reagrupa passageiros provenientes de distintas origens, mas que pretendem ir para um destino similar (Cento, 2009). A rede da operação de uma aliança estratégica quando analisada no seu todo apresenta uma malha densa e complexa, com destaque para pontos onde convergem diferentes voos (aerportos *Hub*), reflexo do número de voos integrados entre si, como se pode verificar na figura 3 que se apresenta de seguida e que retrata a operação das companhias aéreas da aliança estratégica Star Alliance. Nesta figura é possível verificar as áreas geográficas para onde fluem os voos intercontinentais (aerportos *Hub*).

Figura 3: Rede da operação das companhias aéreas da aliança Star Alliance.



Fonte: Airline Route Mapper - <http://arm.64hosts.com/>

Button (1998), citado por Siqueira (2008) refere que nas operações em sistema *Hub & Spoke*, as companhias aéreas utilizam um ou dois aeroportos de grande dimensão. Os voos são coordenados de modo a que os passageiros tenham voos de ligação para o destino final. Antón Burgos (1992); Boostsma (1997); Burghouwt e Hakfoort (2001) e

Rietveld e Brons (2001) destacam o facto de que estas redes de *Hub & Spoke* são desenhadas de forma a permitirem às companhias aéreas oferecer rotas para várias origens e destinos, coordenando horários e ligações de modo a gerar um maior número de frequências.

Danesi e Lupi (2005) salientam que para uma rede *Hub & Spoke* se desenvolver é necessário que exista: (i) Concentração espacial de uma estrutura de rede; (ii) Coordenação temporal de horários de voos provenientes de vários aeroportos; (iii) Integração de vários serviços de apoio ao passageiro, como a transferência de bagagem para os voos de ligação.

Num estudo realizado pela Cranfield University (1997) destacam-se algumas das vantagens de um sistema *Hub & Spoke*, nomeadamente (i) Ser um ponto de conexão e dispersão, permitindo um conjunto de ligações indiretas entre vários aeroportos que sozinhos não conseguiam gerar tráfego suficiente para efetuar voos diretos; (ii) Combinar passageiros provenientes de aeroportos *Spoke* com aqueles que se encontram nos aeroportos *Hub* e deste modo permitir a uma companhia aérea aumentar o seu *load factor* e rentabilizar a sua frota de aeronaves; (iii) O aumento da densidade de tráfego gerado entre os aeroportos permite uma redução dos custos das companhias aéreas e a adoção de tarifas mais baixas.

Esta estratégia de atuação permite reduzir o número de voos de uma só companhia aérea e aumentar o *load factor* da mesma por via das economias de escala geradas. Cento (2009), salienta que este tipo de estratégia visa, para além de uma aparente redução de custos, uma vantagem competitiva, uma vez que por via do aeroporto *Hub*, multiplicam-se o número de ligações a partir de um determinado destino, criando vantagens para os consumidores (Keller, 2000). Cento (2009), refere que uma má gestão horária dos voos ou possíveis congestionamentos podem conduzir a atrasos, perdas de ligações e desvios de bagagem o que será percecionado pelo cliente como um serviço de baixa qualidade.

4. Bases operacionais

De acordo com Graham e Shaw (2008) podemos definir uma base operacional como um aeroporto onde uma determinada companhia aérea baseia as suas aeronaves, tripulação e serviços de apoio à sua operação. Estes autores referem ainda que no caso das companhias aéreas de baixo custo é comum que estas subcontratem, nestes mesmos aeroportos, os serviços de *handling* e de manutenção. Coombs (2011) ressalta o facto de que uma

base operacional obriga a um investimento elevado por parte de uma companhia aérea, uma vez que aqui pode instalar serviços de apoio para as suas tripulações (salas de formação, vestiários, sala de reuniões) e apoio às aeronaves (manutenção, *handling*).

O autor Alderighi et al (2007) salienta que uma base operacional é normalmente escolhida tendo em conta vários fatores, como por exemplo: (i) Logística e facilidade na rotação das aeronaves, uma vez que muitos dos voos oferecidos são voos diretos (rotas ponto a ponto), como é o caso daqueles oferecidos pelas companhias aéreas de baixo custo; (ii) Incentivos atribuídos à operação destas companhias aéreas pelo próprio aeroporto, entidade de turismo do país ou região; (iii) Outros benefícios associados à operação no aeroporto, como por exemplo áreas dedicadas, preços mais baixos nas taxas aeroportuárias, entre outros.

Starkie (2011) reforça a ideia de que as bases operacionais se localizam em aeroportos secundários e regionais, sendo também possível encontrar bases instaladas em aeroportos que se situam perto de grandes capitais. O autor salienta que no caso das companhias aéreas de baixo custo é muito comum a escolha de aeroportos de pequenas dimensões, antigas bases militares ou até mesmo aeroportos de mercadorias.

Ao contrário da rede de operações das alianças estratégicas, que utilizam os aeroportos *Hub*, as companhias aéreas que utilizam o sistema ponto a ponto apresentam uma malha também ela densa e complexa mas de voos diretos entre destinos, rentabilizando as aeronaves, sem dependerem de outras companhias aéreas para o transporte dos seus passageiros, como é o caso das companhias aéreas que operam em redes *Hub & Spoke* e que coordenam com outras companhias aéreas da mesma aliança os horários de voos nos aeroportos *Hub*.

5. Metodologia

Para este artigo e de modo analisarmos com mais detalhe a operação segundo uma rede de operação *Hub & Spoke* apresentamos o exemplo de duas companhias aéreas que integram alianças estratégicas, a TAP (Star Alliance) e a Iberia (OneWorld). Para ambos os casos foi efetuada uma simulação de reserva no sítio da internet destas duas companhias para a rota Lisboa-Xangai, de forma a verificar qual o itinerário que é proposto para o passageiro e deste modo aferir qual o aeroporto *Hub* que estas companhias aéreas utilizam até chegar ao destino final.

No caso das rotas ponto a ponto, fomos analisar o caso da Ryanair à partida de dois aeroportos base, um em território nacional (Faro) e outro em território espanhol (Alicante), para deste modo verificar quais as rotas que são oferecidas.

6. O caso da Star Alliance e da OneWorld

A aliança estratégica *Star Alliance* agrupa 27 companhias aéreas membro, permitindo-lhe operar para 1329 aeroportos de 194 países. Esta operação é complexa e permite a passageiros que pretendam viajar de diferentes pontos da Europa, por exemplo, consigam encontrar um itinerário adequado, mesmo que não seja a companhia onde efetuaram a reserva que os leve até ao destino final. Iste deve-se ao facto destas companhias aéreas operarem em rede *Hub&Spoke*, permitindo-lhe recorrer a sinergias de operação, aumentando deste modo o seu raio de ação e oferta de serviços ao cliente.

Para avaliarmos esta situação iremos utilizar como exemplo um passageiro que pretende reservar na TAP uma viagem de avião, em que o aeroporto de origem será o Aeroporto de Lisboa e o aeroporto de destino o Aeroporto de Xangai. Após simulada a reserva no sítio da internet da TAP (www.tap.pt) para uma partida no dia 28 de outubro de 2013 e um regresso no dia 4 de novembro de 2013, podemos verificar que este passageiro para poder usufruir deste serviço teria que efetuar um itinerário que teria uma escala no aeroporto de Frankfurt, utilizado pela *Star Alliance* como aeroporto *Hub* na Europa para os voos intercontinentais. Seguidamente o passageiro teria um voo providenciado pela Air China (membro da Star Alliance) que o levaria até Xangai. Neste caso o aeroporto *Spoke* será o aeroporto de Lisboa que transporta os passageiros até ao *Hub* de Frankfurt e por sua vez para o aeroporto de Xangai (*Hub* no continente asiático).

Relativamente à Aliança estratégica OneWorld verificamos que integra 15 membros, de entre os quais a companhia aérea espanhola Iberia. Apresenta uma operação para 859 aeroportos e 158 países. Tal como a rede de operação da aliança apresentada anteriormente, também esta é densa e complexa.

Para esta análise foi efetuada a simulação no sítio da internet da Iberia (www.iberia.com), na rota à partida do aeroporto de Lisboa com destino a Xangai no dia 28 de outubro e regresso a 4 de novembro, tal como tínhamos simulado anteriormente com a TAP. Para esta viagem o passageiro teria uma escala no aeroporto de

Heathrow, o *Hub* europeu da aliança OneWorld para os voos intercontinentais, sendo posteriormente transportado para Xangai. Importa realçar que neste caso os dois voos seriam operados pela British Airways (membro da OneWorld). Neste caso o aeroporto *Spoke* será o aeroporto de Lisboa, como no primeiro exemplo, que por sua vez é ligado ao aeroporto *Hub* de Heathrow e por sua vez para o aeroporto de Xangai (*Hub* no continente asiático).

Nos dois casos apresentados verificamos que as duas companhias aéreas de origem (TAP e Iberia) efetuam escala em dois aeroportos *Hub* europeus antes dos passageiros seguirem para o destino final. No primeiro caso a TAP oferece o voo de Lisboa para Frankfurt em aeronave da companhia, seguindo os passageiros rumo a Xangai em aeronave da Air China, uma das companhias aéreas que integra a Star Alliance. No segundo caso a Iberia opera em *code-share* com a British Airways que assegura a viagem entre Lisboa e Heathrow, e entre este aeroporto e o destino final (Xangai).

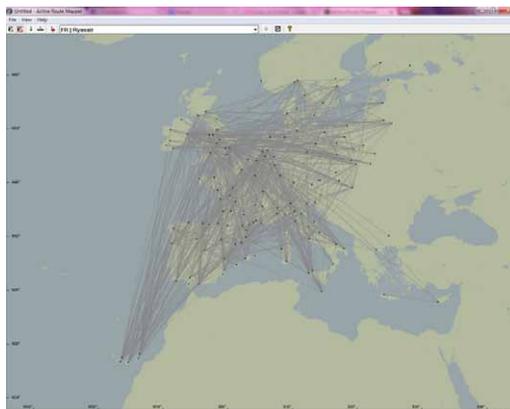
7. O caso das bases operacionais da Ryanair

A companhia aérea Ryanair apresenta-se com um caso de estudo interessante que tem vindo a ser alvo de estudos mais detalhados nos últimos anos. Para a nossa investigação iremos focar-nos em duas das suas bases operacionais, a de Faro e a de Alicante. Segundo Almeida (2012), esta companhia aérea operava no final de 2011 para 26 países da Europa e um do norte de África (Marrocos). De acordo com o sítio da internet desta mesma companhia aérea, a mesma opera atualmente para 28 países e 187 destinos (Ryanair, 2013). Neste sentido podemos verificar que a companhia aérea tem uma operação complexa, numa rede densa que lhe permite oferecer um leque muito variado de rotas aos passageiros, cobrindo atualmente grande parte do continente europeu (Figura 4).

Ao longo dos últimos anos a Ryanair tem apostado na abertura de bases operacionais, possuindo, no final de Março de 2013, cerca de 57 bases distribuídas por toda a Europa, o que, segundo Starkie (2011) permite uma maior rotação das aeronaves ao longo do dia.

Para Box e Byus (2005), esta estratégia oferece às companhias aéreas um maior dinamismo, a operação em novos mercados onde captam novo tráfego, aumento do número de frequências e maior utilização da frota de aeronaves (Figura 5).

Figura 4: Rede da operação da companhia aérea Ryanair.



Fonte: Airline Route Mapper - <http://arm.64hosts.com/>

Figura 5: Bases operacionais da Ryanair na Europa e aeroportos para onde opera.



Fonte: Adaptado de Ryanair (2013)

Quando analisado o mapa onde se encontram assinaladas as várias bases operacionais (Figura 5) é possível verificar que uma das áreas geográficas da Europa onde esta companhia aérea possui mais bases operacionais é o Sul da Europa e Mediterrâneo. A oferta de rotas diversificadas à partida dos aeroportos situados nesta área geográfica, com a duração de períodos de voo com uma duração igual ou inferior a três horas, permite a intensificação da densidade na rede e nas frequências oferecidas, captando passageiros

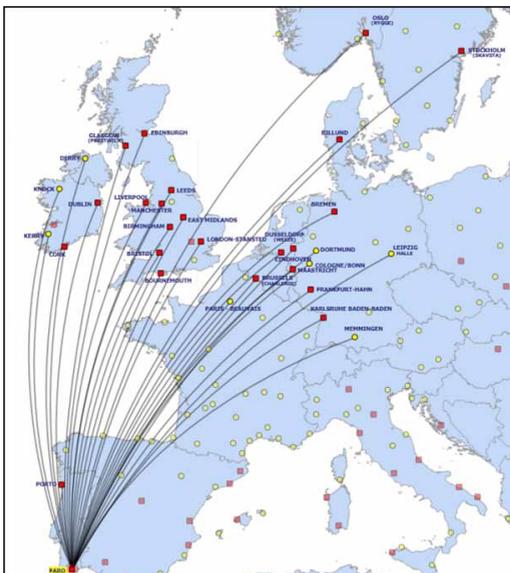
que procuram destinos de sol e praia e atraindo novos segmentos de mercado, como é o caso dos passageiros que possuem segundas habitações (Almeida, 2009).

De modo a avaliarmos a oferta de voos desta companhia aérea em duas das suas bases operacionais do Sul da Europa e Mediterrâneo, foram escolhidos dois aeroportos para comparação, um em território nacional, o aeroporto de Faro e um em território espanhol, o aeroporto de Alicante. A escolha recaiu nestes dois aeroportos uma vez que apresentam uma estrutura de tráfego semelhante em termos de rotas oferecidas pela companhia aérea, para além de que têm uma procura equivalente em termos de outras companhias aéreas, nomeadamente as de baixo custo e as companhias aéreas charter.

Quando analisado o mapa de rotas em oferta à partida destes dois aeroportos por parte da Ryanair é possível verificar as semelhanças existentes, existindo cerca de 26 rotas que têm como destino os mesmos aeroportos, principalmente para a Alemanha, Inglaterra e Irlanda (Figura 6 e 7).

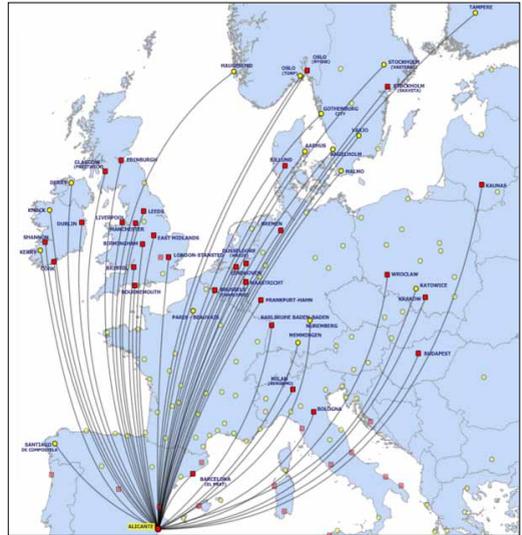
O facto desta companhia aérea possuir base nestes dois aeroportos permite-lhe oferecer diferentes rotas num mesmo dia, assim como utilizar a mesma aeronave para a operação diária, rentabilizando deste modo a sua frota.

Figura 6: Operação da Ryanair à partida do Aeroporto de Faro.



Fonte: Ryanair (2013)

Figura 7: Operação da Ryanair à partida do Aeroporto de Alicante.



Fonte: Ryanair (2013)

8. Conclusões

No presente artigo discutimos a problemática do processo de liberalização do transporte aéreo e as implicações que o mesmo teve na adoção de novas estratégias das companhias aéreas, em concreto a criação de alianças estratégicas, operação via rede *Hub & Spoke* e novo posicionamento no mercado de modo a ir ao encontro das novas tendências da procura e da oferta, em concreto aquelas relacionadas com o comércio *on-line*, assim como na procura de mais e maior flexibilidade nos voos e nas tarifas aplicadas.

Foram ainda destacadas as bases operacionais, aeroportos onde as companhias aéreas baseiam as suas aeronaves, com impactes diretos na diversificação da sua operação e no aumento de rotas e frequências. Este tipo de bases é atualmente muito utilizada pelas companhias aéreas de baixo custo.

Para a discussão dos conceitos de *Hub*, *Spoke* e das bases operacionais foram utilizados como exemplos um voo à partida de Lisboa rumo a Xangai, permitindo-nos perceber a filosofia do modelo *Hub & Spoke* adotado pelas alianças estratégicas Star Alliance e OneWorld. Paralelamente foi apresentado o caso da Ryanair e das bases operacionais em Faro e Alicante, onde a companhia aérea oferece cerca de 26 rotas com destinos semelhantes.

Num estudo mais alargado seria interessante avaliar com detalhe aeroportos de ambas as tipologias com enfoque da operação de determinadas

companhias aéreas. A este propósito a autora do artigo tem vindo a desenvolver nos últimos meses uma investigação que visa uma análise detalhada das bases operacionais de uma companhia de baixo custo no Sul da Europa e no Mediterrâneo, com o objetivo de comparar as várias bases existentes e identificar se existem, ou não, pontos semelhantes entre elas, principalmente naqueles aeroportos com características similares.

Bibliografia

- Alderighi, M.; Cento, A.; Nijkamp, P. e Rietveld, P. 2007 “Assessment of New *Hub-and-Spoke* and Point-to-Point Airline Network Configurations”, *Transport Reviews*, vol. 27, n.º5:529-554, Taylor & Francis;
- Almeida, C. 2009 *Aeroportos e Turismo residencial. Do conhecimento às estratégias*, Tese de Doutoramento, Universidade de Aveiro, DEGEI;
- Almeida, C. 2010 *Aeroportos e Turismo Residencial, do conhecimento às estratégias*, Editorial Novembro, Coleção Nexus, Porto;
- Almeida, C. 2011 “Low cost airlines, airports and tourism. The case of Faro Airport”, in *51st ERSA 2011 Annual Conference*, Barcelona, 31 agosto a 2 setembro 2011, Refereed Special Sessions: ZL.SS – Air Transport and Local Development;
- Almeida, C. e Costa, C. 2012 “A operação das companhias aéreas de baixo custo na Europa. O caso da Ryanair”, *Revista Turismo & Desenvolvimento*, vol.17/18: 387-402, Universidade de Aveiro;
- Almeida, C.; Ferreira, A. e Costa, C. 2008 “A operação das companhias aéreas de baixo custo no aeroporto de Faro (1996-2006)”, in Matias, A. e Sardinha, R. (eds.) *Avanços em Economia e Gestão do Turismo*. Lisboa: Sociedade e Organizações. Instituto Piaget;
- Antón Burgos, F. 1992 “El sistema «Hub and Spoke» en el transporte aéreo”, *Anales de Geografía de la Universidad Complutense*, vol.11: 111-124, Madrid;
- Belobaba, P., Odoni, A. e Barnhart, C. 2009 *The Global Airline Industry*, Wiley, United Kingdom;
- Bootsma, P. D. 1997 *Airline Flight Schedule Development*, Elinkwijk B.V, Utrecht;
- Box, T. e Byus, K. 2005 “Ryanair: Successful low cost leadership”, in *Journal of the International Academy for Case Studies*, vol.13, n.º3;
- Burghouwt, G. e Hakfoort, J. 2001 “The European aviation network, 1990–1998”, *Journal of Air Transport Management*, vol. 7: 311–318.
- Cento, A. 2009 *The Airline Industry: Challenges in the 21st century*, Physica, Verlag;
- COM 2002 *Comunicação da Comissão sobre as consequências dos acordões do Tribunal de Justiça das Comunidades Europeias, de 5 de novembro de 2002, para a política europeia do transporte aéreo*, Comissão das Comunidades Europeias, Bruxelas, 19 de novembro de 2002;
- Coombs, T. 2011 “Challenging times for airport investors: Trends in airport traffic”, *Airport Management*, vol.5, n.º4: 306-310;
- Cranfield University 1997 *Hub and Spoke developments in Europe and their impact on uncertainties in future passenger demand at Schipol airport*, Relatório preparado por Allen, M.; Alamdari, F.; Cordey-Hayes, M. e Black, I. Bredford, Reino Unido;
- D’Alfonso, T., Malighetti, P., e Redondi, R., 2011 “The pricing strategy of Ryanair”, Walsh, C., *Airline Industry Strategies, Operations and Safety*, Nova Science Publishers, Inc., Hauppauge, NY (pp.119-141);
- Danesi, A. e Lupi, M. 2005 Il sistema di trasporto aéreo nazionale italiano: sviluppo della domanda passeggeri ed evoluzione strutturale della rete, *Trasporti & Territorion*, vol.1: 5-17;
- Doganis, R. 2002 *Flying off course*, Routledge, New York;
- Elamiri, M. 2000 “Major Challenges for Global Air Transport in the 21st Century”, *WTO Seminar Proceedings - Tourism and Air Transport*, Funchal, 25 e 26 maio de 2000 (pp.15-52);
- Graham, A. 2006 “Transport and transit: air, land and sea”, in Buhalis, D. and Costa, C. (eds.), *Tourism Business Frontiers: consumers, products and industry*, Oxford: Elsevier Butterworth-Heinemann;
- Graham B., e Shaw, J. 2008 “Low-cost airlines in Europe: reconciling liberalization and sustainability”, *Geoforum*, vol.39, n.º3: 1439-1451.
- Keller, P. 2000 “Introduction”, in *WTO Seminar Proceedings - Tourism and Air Transport*, Funchal, 25 e 26 Maio de 2000 (pp.15-52);

Oneworld

2013 *Companhias aéreas membro*, <http://pt.oneworld.com/member-airlines/>, acedido em 28 de março de 2013;

Pereira, C. e Reis, F.

2011 “Regular Airlines Flying Towards a Low Cost Strategy”, *International Business Research*, vol.4, n.º1: 93-99;

Rietveld, P. e Brons, M.

2001 “Quality of *Hub-and-Spoke* networks: the effects of timetable coordination on waiting time and rescheduling time”, *Journal of Air Transport Management*, vol.7: 241-249;

Ryanair,

2013 *Mapa de rotas*, <http://www.ryanair.com/pt/destinosa-baixo-preco>, acedido em 28 de março de 2012;

Siqueira, M.

2008 *Crítérios para preparação de aeroportos para operar como Hub*, Monografia apresentada para obtenção do grau de especialização em Gestão de Aviação Civil do Centro de Formação em Recursos Humanos em Transportes da Universidade de Brasília;

Skyteam

2013 *Skyteam members*, <http://www.skyteam.com/en/About-us/Our-members/>, acedido em 28 de março de 2012;

Star Alliance

2013 *Companhias aéreas membro*, http://www.staralliance.com/pt/about/member_airlines/, acedido em 28 de março de 2013;

Starkie, D.,

2011 “European airports and airlines: Evolving relationships and the regulatory implications”, *Journal of Air Transport Management*, vol.21: 40-49;

Wittmer, A. e Bieger, T.,

2011 “Fundamentals and structure of aviation systems”, Wittmer, A.; Bieger, T. e Müller, R., (2011), *Aviation systems. Management of the integrated aviation value chain*, Springer, London, New York (pp.05-38);

Wulf, T. e Maul, B.

2010 *Future Scenarios for the European Airline Industry*, Center for Scenario Planning, HHL – Leipzig Graduate School of Management e Roland Berger Research Unit;

Recibido: 29/03/2013

Reenviado: 17/11/2013

Aceptado: 19/11/2013

Sometido a evaluación por pares anónimos



cultur

Revista de Cultura e Turismo

Áreas de interesse: Cultura e Turismo

Periodicidade: semestral

Missão: Fomentar a produção científica e a disseminação de conhecimento multidisciplinar relacionados com Cultura e Turismo, objetivando a troca de informações, a reflexão e o debate, provendo assim o desenvolvimento social.

Visão: Ser uma revista científica de prestígio nacional e internacional.

Valores: Ética, Excelência, Inovação e Desenvolvimento Social.

ISSN: 1982.5838

<http://www.uesc.br/revistas/culturaeturismo>

Contato

Prof. Dr. Marco Aurélio Ávila - marco@ativanet.com.br

Prof. Dr. Gustavo da Cruz - gusdacruz@hotmail.com

Prof. Dr. José Manoel Gonçalves Gândara - jmgandara@yahoo.com.br

Endereço: Universidade Estadual de Santa Cruz – UESC

Campus Prof. Soane Nazaré de Andrade

Km 16 – Rodovia Ilhéus/Itabuna

45662-000 – Ilhéus/BA

E-mail: revistacet@hotmail.com

Fone: (73) 3680 – 5043

Una aproximación al PIB turístico departamental de Uruguay en 2010

María José Alonsoperez*

Ministerio de Turismo y Deporte (Uruguay)

Wiston Adrián Risso**

Universidad de la República Oriental del Uruguay (Uruguay)

Resumen: En el presente estudio se estima el PIB turístico (PIBT) departamental de Uruguay, regionalizando los resultados obtenidos en el ejercicio piloto de Cuentas Satélite de Turismo en el año 2008, usando la metodología de (Geary y Stark, 2002). Se encuentra que los departamentos de Montevideo y Maldonado generan el 62,92% del PIBT cuando se consideran sólo las actividades Hoteles y Restaurantes en 2010. La distribución departamental parece no diferir estadísticamente de las últimas aproximaciones oficiales que datan de 2006. Se aprecia que más del 80% del PIBT se concentra en la costa sur del país. Cabe destacar el gran crecimiento, tanto en la producción como en participación, que presenta el departamento de Rocha y que puede estar relacionada al desarrollo turístico que ha tenido en los últimos años.

Palabras Claves: PIB regional, Actividad turística, Pareto, Distribución del Ingreso, Uruguay.

An approximation of the Uruguayan departmental tourism GDP in 2010

Abstract: In this document the Uruguayan departmental tourism GDP was estimated, disaggregating the results obtained in the first Tourism Satellite Accounts in 2008, using (Geary and Stark, 2002) methodology. Montevideo and Maldonado generate 62.92% of Tourism GDP in 2010 considering Hotels and restaurants activities only. The departmental distribution does not differ statistically from the latest official approaches dating from 2006. It is noted that more than 80% of the touristic GDP is concentrated in the southern coast of the country. Also noteworthy is the significant growth in production and participation of Rocha and may be related to tourism development in recent years.

Key Words: Departmental GDP, Tourism Activity, Pareto, Income Distribution, Uruguay.

1. Introducción

Contar con una medida del PIB Regional (PIBR) dentro de un país, en especial cuando se tiene una presunción de que dicha producción no se distribuye homogéneamente, parece relevante, por ejemplo, a la hora de pensar estrategias de desarrollo que beneficien a ciertas zonas que presenten mayores carencias. Temas como el crecimiento, distribuci-

ón y convergencia al interno interior de un país sólo pueden ser estudiados cuando se cuenta con información detallada. En este sentido, medir el crecimiento de algunas actividades económicas, como por ejemplo, la actividad turística en alguna región determinada, brinda valiosa información que permite diagnosticar y tomar decisiones sobre el desarrollo turístico a nivel regional, permitiendo una mejor planificación del desarrollo local.

* Máster en Economía y Gestión del Turismo Sustentable - Universidad de la República Oriental del Uruguay, UDELAR (Uruguay); asesora en economía en el Programa BID-Ministerio de Turismo y Deporte; E-mail: malonsoperez@mintur.gub.uy

** Doctor en economía por la Universidad de Siena, Italia, docente investigador en el Instituto de Economía (IECON) y en el Instituto de Estadística (IESTA) - Universidad de la República Oriental del Uruguay; E-mail: arisso@iecon.ccee.edu.uy

Sin embargo, las dificultades técnicas y principalmente los altos costos que implica tener un PIBR han impedido que muchos países cuenten con esta información, limitándose a calcular el PIB a nivel nacional.

Un método para calcular el PIBR corresponde al método de la producción, que consiste en calcular, para los establecimientos residentes en cada región, el Valor Agregado (VA) por diferencia entre el Valor Bruto de la Producción Regional (VBPR) a precios de productor y su Consumo Intermedio (CI) a precios de usuario. Este método es el aplicado en Chile desde 1960 (ver BCC, 2003) y como se señala, la identificación de la residencia de los establecimientos y de los precios locales es primordial en la obtención de resultados representativos de las realidades regionales. El PIB nacional no será la suma del de las regiones debido a discrepancias como por ejemplo que el precio base aplicado en las regiones es diferente al precio promedio que se aplica a nivel nacional y asumiendo que la productividad es constante en todo el país.

(Geary y Stark, 2002) sugieren un método para estimar el PIBR que produce resultados aceptables. Este consiste en identificar un conjunto de variables relacionadas con la producción que puedan ser usadas como predictores de su nivel. En particular los autores sugieren utilizar el empleo y la productividad por sector y por región, asumiendo que la productividad se refleja en los salarios. De esta manera los autores logran estimar el PIB en las regiones del Reino Unido en la segunda mitad del siglo XIX. En la misma línea (Crafts, 2005) utiliza la metodología en los distritos administrativos de Inglaterra, no contando con datos de salarios el autor utiliza los impuestos como aproximación. Los resultados le permiten analizar la distribución del ingreso observando una mayor desigualdad del PIBR por persona a inicios del siglo XX, que luego de la segunda guerra mundial. (Di Vaio, 2007) propone una extensión del método basándose en una función de producción de elasticidad de sustitución constante (CES) que permite utilizar diferentes elasticidades de sustitución de capital y trabajo. De esta manera estudia las disparidades regionales en el periodo de post-unificación italiana. Asimismo, (Felice, 2009) estima con esta metodología el PIBR de Italia desde 1871 hasta el advenimiento del Euro. Aplicando el mismo método (Tirado et al., 2006) calculan el PIB provincial para España que posteriormente (Pons y Tirado, 2008) usarán para analizar los determinantes de la desigualdad en la distribución en la actividad económica de España. Por otra parte (Martínez, 2007) estima el PIB provincial para España desde 1860 a 1930 no encontrando evidencia de convergencia regional entre las provincias. Siguiendo la línea de Geary y

Stark, (Buyst, 2010) estima el PIBR para Bélgica entre 1896 y 2000. (Enflo et al., 2010) utilizan este método para estimar el PIBR de las 24 provincias suecas entre 1855 y 2007 mostrando que el pico más bajo de desigualdad regional en el PIB per cápita sucede a comienzos de la década del ochenta.

Uruguay se divide administrativamente en 19 departamentos pero sólo existe un antecedente intentando obtener el PIB de cada departamento. La Oficina de Planeamiento y Presupuesto (OPP), que depende de la Presidencia de la República del Uruguay, inició en 1992 la departamentalización de las macrovariables económicas. De acuerdo a (OPP, 2007) uno de los problemas que han tenido los sistemas de información estadística oficiales, es la debilidad en la territorialización de la información. De esta forma, los únicos datos oficiales disponibles sobre el PIB departamental, cubren el periodo 1985-2006 y se puede desagregar en nueve actividades (Sector agropecuario; Pesca, minas y canteras; Industria manufacturera; Electricidad, gas y agua; Construcción; Comercio, restaurantes y hoteles; Transporte, almacenamiento y comunicaciones; Establecimientos financieros y seguros, bienes inmuebles y servicios prestados a las empresas; Servicios comunales, sociales y personales). Dentro de estas actividades, es la de Comercio, Restaurantes y Hoteles la que se relaciona directamente con el objetivo de este artículo, siendo la mejor aproximación oficial sobre el PIB turístico (PIBT) departamental con el que se cuenta y que se utilizará a los efectos comparativos.

Es objetivo del presente estudio es estimar el PIBT departamental de Uruguay, regionalizando los datos obtenidos en el ejercicio piloto de Cuentas Satélites de Turismo en el año 2008, aplicando la metodología sugerida por (Geary y Stark, 2002). Se debe considerar, que los últimos datos oficiales departamentales relacionados al PIBT, se refieren a la actividad *Comercio, Hoteles y Restaurantes* y que su departamentalización se basa en indicadores como la ocupación, e información provenientes de otras fuentes oficiales. De esta forma, la aplicación en el presente estudio, del método propuesto por Geary y Stark, debería ser considerada como una primera aproximación al conocimiento de cómo se distribuye el PIBT en el territorio uruguayo.

El presente artículo se organiza de la siguiente manera. En la sección 2 se explica la metodología de Geary y Stark y se mencionan los datos que fueron utilizados. La sección 3 muestra los resultados obtenidos, analizando la participación de los departamentos en el PIB turístico nacional y el crecimiento que han experimentado. Además, se realiza un análisis estadístico a los efectos de modelar la distribución del PIB turístico departa-

mental que se obtiene. Finalmente, en la sección 4 se mencionan las principales conclusiones.

2. Metodología

Método de Geary y Stark

A los efectos de tener una primera aproximación al PIBT departamental de Uruguay se decidió utilizar la metodología sugerida por (Geary y Stark, 2002). Los autores parten de que el PIB del país es la sumatoria del PIB de cada región, en nuestro caso el PIBT uruguayo (*YUruguay*) es la suma del PIBT de los 19 departamentos, como se muestra en la siguiente ecuación:

$$Y_{Uruguay} = \sum_{i=1}^{i=19} Y_i \tag{1}$$

Donde Y_i es el PIBT del departamento i que puede ser definido como se muestra en la ecuación (2).

$$Y_i = \sum_{j=1}^{j=9} y_j L_j \tag{2}$$

Donde y_{ij} es el producto medio por trabajador en el departamento i en la actividad j y L_{ij} es el correspondiente número de trabajadores. En nuestro caso, el PIBT está compuesto por 9 actividades características del turismo, en las que se basa con las que trabaja la cuenta satélite de turismo de Uruguay (Alojamiento, Servicios de segunda residencia, Restaurantes, Transporte terrestre, Transporte por agua, Transporte aéreo, Agencias de viaje, Servicios culturales, Servicios financieros).

Los autores sugieren (Geary y Stark, 2002) afirman que se puede encontrar información para calcular la ecuación (2) con excepción de y_{ij} . Ellos postulan que y_{ij} y y_j (el producto por trabajador en la actividad j) se refleja en la relación con el salario pagado en la actividad, esto es w_{ij} y w_j . de esta manera se puede postular la siguiente expresión. De acuerdo a (Di Vaio, 2007) cuando se asume una función de producción Cobb-Douglas se cumple que $y_{ij}=y_j(w_{ij}/w_j)$ y por tanto sustituyendo en (2) se obtiene la siguiente expresión:

$$Y_i = \sum_{j=1}^{j=9} y_j \left(\frac{w_{ij}}{w_j} \right) L_{ij} \tag{3}$$

Según (Geary y Stark, 2002) el sentido común hace pensar que existe una relación entre los salarios pagados y el producto medio del trabajo. La teoría económica sugiere que los salarios deben igualar a la productividad marginal del trabajo, en cuyo caso el método requiere una relación fija entre el producto medio del trabajo y la productividad marginal del trabajo. Los autores sostienen que debido a que el supuesto de mercado perfecto y una función de producción Cobb-Douglas con retornos constantes a escala y progreso técnico neutro son los supuestos que necesitan para realizar el análisis. ideales. En este mundo la productividad media del trabajo es igual al producto marginal.

De esta manera la ecuación (3) representa el PIBT del departamento i y es la base para aproximar el PIBT de Uruguay, ya que se cuenta con dicha información.

Datos

En el año 2008, El Ministerio de Turismo y Deporte, en el año 2008 en colaboración con la Organización Mundial del Turismo, comenzó a trabajar en la Cuenta Satélite de Turismo^A preliminar (CSTU), obteniendo resultados para el período 2005 a 2011.

La CSTU permitió estimar el PIB turístico en base a la definición de las actividades económicas relacionadas con el turismo: Actividades específicas (características y conexas) y Actividades no específicas a nivel nacional.

En este primer ejercicio, se decidió trabajar sólo con las actividades características del turismo, obteniendo el PIBT departamental generado por las actividades características del turismo. Las actividades características del turismo en Uruguay, definidas en el marco de la CSTU son: Alojamiento (Hoteles), Segundas residencias, Actividades de servicios de comidas y bebidas, Transporte de pasajeros por carretera, Transporte de pasajeros por Agua, Transporte Aéreo de pasajeros, Actividades de Agencias de Viaje, Actividades Culturales y Actividades Financieras. Se debe aclarar que la metodología de la (CSTU, 2008) sólo considera la parte de la producción con destino turístico, por ejemplo en el caso de Hoteles se considera que la producción destinada a turismo es del 95% y en el caso de Restaurantes se supone que sólo el 25% del total de la producción es turística.

A los efectos de obtener una aproximación a los trabajadores (L) y el salario (w) se considera la Encuesta Continua de Hogares (ECH) elaborada por el Instituto Nacional de Estadística, en donde se obtienen datos de ocupados y salarios por departamento y por actividad de acuerdo a la codificación industrial CIIU 3ra revisión. En

Cuadro 1. PIB de las Actividades Características del Turismo en Uruguay en miles de pesos uruguayos corrientes de 2010.

A.1 Actividades Características del Turismo	PIB 2010	%/PIB ACT
1.1 Alojamiento	7.083.138	16,95%
1.2 Servicios de segunda residencia	7.401.152	17,71%
1.3 Restaurantes	6.608.670	15,82%
1.4 Transporte Terrestre	9.305.466	22,27%
1.5 Transporte por Agua	2.642.307	6,32%
1.6 Transporte aéreo	3.546.941	8,49%
1.7 Agencias de viaje	534.628	1,28%
1.8 Servicios culturales	3.013.301	7,21%
1.9 Servicios financieros	1.645.542	3,94%
PIB total en ACT de Uruguay	41.781.145	100,00%

Fuente: Elaborado en base a las Cuentas Satélite de Turismo.

el presente ejercicio se trabajó con los Ingresos recibidos por trabajo y el número de ocupados por departamento en las actividades características del turismo.

De esta manera se pudieron calcular los ponderadores que sirvieron para obtener el PIB de cada actividad turística por departamento y así aproximar el PIBT departamental.

3. Principales Resultados

Participación departamental en el PIBT.

En primer lugar se consideró el PIB de las actividades características del turismo (ACT) en 2010 en base a datos de la CSTU. El Cuadro 1 muestra los resultados del PIB de las ACT para el año 2010 en miles de pesos uruguayos corrientes.

Como se puede observar en el Cuadro 1 este PIB corresponde a unos U\$S 2.089.057.250 (considerando un tipo de cambio de 20 pesos uruguayos), dado que el PIB total uruguayo en 2010 fue de U\$S 39.528.804.015, se obtiene que el PIBT en ACT tiene un peso del 4,63% 5,28% en el PIB total. Por otro lado, Alojamiento y Restaurantes tienen un peso del 32,77% en el PIB de las ACT y representan un 1,73% del total del PIB.

Se debe destacar el peso que presentan las actividades de Transporte Terrestre y los servicios de segunda residencia que en total ponderan 39,99% del PIB en ACT.

En base a los datos de las ECH 2007, 2008, 2009 y 2010 se calcularon los ponderadores para

cada departamento como sugiere la metodología de Geary y Stark (2002).

El Cuadro 2 muestra el PIB de las ACT y el PIB de Hoteles y Restaurantes para el año 2010 a precios corrientes, con las respectivas participaciones de cada departamento en el total. A los efectos comparativos se agrega una columna utilizando el último dato de PIB departamental elaborado por OPP en 2006, considerando sólo la actividad Comercio, Hoteles y Restaurantes por departamento como aproximación del PIBT. Siendo este último la única información oficial sobre una estimación departamental, se consideró relevante incluirla en el análisis.

Analizando el cuadro 2 se observa que Montevideo y Maldonado tienen el mayor peso en el PIBT con un 53,93% y un 15,47% respectivamente, cuando se consideran las ACT y esta ponderación pasa a 33,41% para Montevideo y 29,51% cuando se consideran sólo hoteles y restaurantes.

El mayor peso que presenta Montevideo cuando se consideran las ACT puede deberse a la incidencia de dos actividades incluidas en las ACT que podrían estar sesgando el resultado: Actividades Inmobiliarias y Transporte. En el ejercicio de CSTU se consideró un porcentaje (7%) de las actividades inmobiliarias como indicador de la producción en segundas residencias, sin embargo, este porcentaje puede no ser el mismo para todos los departamentos. De esta forma mientras que segundas residencias puede representar un porcentaje menor de las actividades inmobiliarias en Montevideo, seguramente tendrá un peso mayor en departamentos como Maldonado. Por otra parte, la producción

Cuadro 2. PIB de las ACT y PIB de Hoteles y Restaurantes del 2010 a precios corrientes y PIB de Comercio, Hoteles y Restaurantes de 2006 según la OPP (años 2006 y 2010).

Departamentos	PIB Hoteles y Restaurantes	% PIB Hoteles y Restaurantes	PIB Actividades Características del Turismo	% PIB Actividades Características del Turismo	% PIB Comercio, Hoteles y Restaurantes según OPP, 2006*
<i>Montevideo</i>	<i>4.574.649,56</i>	<i>33,41%</i>	<i>22.532.582,91</i>	<i>53,93%</i>	<i>56,29%</i>
<i>Maldonado</i>	<i>4.040.014,81</i>	<i>29,51%</i>	<i>6.461.574,81</i>	<i>15,47%</i>	<i>16,06%</i>
<i>Canelones</i>	<i>911.530,83</i>	<i>6,66%</i>	<i>4.555.961,67</i>	<i>10,90%</i>	<i>6,51%</i>
<i>Colonia</i>	<i>869.016,49</i>	<i>6,35%</i>	<i>1.960.895,61</i>	<i>4,69%</i>	<i>4,08%</i>
<i>Rocha</i>	<i>682.346,77</i>	<i>4,98%</i>	<i>1.233.686,72</i>	<i>2,95%</i>	<i>2,44%</i>
<i>Salto</i>	<i>433.837,11</i>	<i>3,17%</i>	<i>636.695,15</i>	<i>1,52%</i>	<i>2,79%</i>
<i>Paysandú</i>	<i>239.776,50</i>	<i>1,75%</i>	<i>524.111,42</i>	<i>1,25%</i>	<i>1,97%</i>
<i>Soriano</i>	<i>209.799,34</i>	<i>1,53%</i>	<i>475.787,11</i>	<i>1,14%</i>	<i>1,30%</i>
<i>Rivera</i>	<i>178.413,10</i>	<i>1,30%</i>	<i>443.572,68</i>	<i>1,06%</i>	<i>1,15%</i>
<i>Lavalleja</i>	<i>342.828,19</i>	<i>2,50%</i>	<i>436.334,88</i>	<i>1,04%</i>	<i>0,80%</i>
<i>Tacuarembó</i>	<i>216.696,43</i>	<i>1,58%</i>	<i>411.887,78</i>	<i>0,99%</i>	<i>1,02%</i>
<i>San José</i>	<i>226.729,78</i>	<i>1,66%</i>	<i>385.919,35</i>	<i>0,92%</i>	<i>1,10%</i>
<i>Río Negro</i>	<i>95.507,95</i>	<i>0,70%</i>	<i>338.176,64</i>	<i>0,81%</i>	<i>0,66%</i>
<i>Florida</i>	<i>152.831,02</i>	<i>1,12%</i>	<i>315.337,69</i>	<i>0,75%</i>	<i>0,78%</i>
<i>Cerro Largo</i>	<i>117.012,05</i>	<i>0,85%</i>	<i>314.035,48</i>	<i>0,75%</i>	<i>0,89%</i>
<i>Artigas</i>	<i>99.486,57</i>	<i>0,73%</i>	<i>247.335,03</i>	<i>0,59%</i>	<i>0,66%</i>
<i>Durazno</i>	<i>130.354,31</i>	<i>0,95%</i>	<i>214.059,09</i>	<i>0,51%</i>	<i>0,58%</i>
<i>Flores</i>	<i>117.492,60</i>	<i>0,86%</i>	<i>163.316,39</i>	<i>0,39%</i>	<i>0,44%</i>
<i>Treinta y Tres</i>	<i>53.484,85</i>	<i>0,39%</i>	<i>129.874,60</i>	<i>0,31%</i>	<i>0,49%</i>
TOTAL	13.691.808,26	100,00%	41.781.145,00	100,00%	100,00%

Fuente: Elaborado en base a la metodología de (Geary y Stark, 2002), los datos del PIB turístico de las CST y las ECH (2010) del INE.

* Corresponde a la participación por departamento de Comercio, Hoteles y Restaurantes según el último dato de OPP de 2006.

turística de transporte terrestre se aproxima con un porcentaje (45%) del transporte terrestre, de la misma manera se piensa que esa ponderación para Montevideo podría estar sobrestimada. Además, se suma la dificultad de que los ocupados podrían estar inscriptos en la filial de Montevideo, pero trabajar en algún departamento del interior, lo que incrementaría la participación de Montevideo en la generación del PIBT.

Por este motivo, se considera que el PIBT generado por Hoteles y Restaurantes, es un indicador más uniforme de la producción turística a nivel

departamental. Además se debe considerar que estas dos actividades son más intensivas en mano de obra y por tanto la metodología de Geary y Stark (2002) que utiliza salarios y empleo tendría una mejor aplicación que en los demás casos.

De todas formas se observa que considerando las dos medidas de PIBT, las posiciones iniciales no varían, siguiendo a Montevideo y Maldonado en importancia, se encuentran Canelones, Colonia, Rocha y Salto en ese orden. A partir de allí se da una discrepancia entre Paysandú y Lavalleja, el primero tiene la séptima posición si se consideran todas las

ACT, mientras que si se considera sólo hoteles y restaurantes, es Lavalleja quien ocupa esta posición.

En ambos casos, la última posición coincide siendo Treinta y Tres el departamento con menos participación en el PIBT.

Por otro lado, se observa que la participación por departamentos según OPP es en su mayor parte similar a la de las ACT en cuanto a los porcentajes. Se debe recordar que la mejor aproximación que se tiene aquí al PIBT incluye las actividades de Comercio, Hoteles y Restaurantes. De todas formas, el orden de participación departamental que surge de los datos de OPP parece coincidir en general con los elaborados en el presente estudio, aún cuando aquellos datos son de 2006, esto sugeriría que no hubo grandes cambios en la participación de los departamentos en los últimos años.

Posteriormente, se realizó un análisis a los efectos de observar si las participaciones presentaban visibles diferencias estadísticas o no. En primer lugar, el Gráfico 1 Cuadro 2 muestra gráficamente que el orden de los departamentos no presenta diferencias sustanciales considerando los tres indicadores (PIB de Comercio, Hoteles y Restaurantes según OPP en 2006, PIB de ACT y PIB de Hoteles y Restaurantes).

Análisis estadístico de la distribución del PIB turístico departamental

Aquí se pretenden realizar varias pruebas estadísticas sobre los datos obtenidos. En primer

lugar, se realizan pruebas no paramétricas para muestras independientes con la hipótesis de que las series provienen de la misma distribución. Para este análisis se utilizó el paquete econométrico EViews 6.0 y para cada caso se aplicaron todas las pruebas disponibles en el paquete a los efectos de abarcar la mayor cantidad de pruebas posibles. En nuestro caso se quiere probar estadísticamente que la distribución de las participaciones en el PIB de los departamentos es en esencia igual, o en otras palabras que los cálculos realizados aquí para 2010, con la metodología de Geary y Stark (2002) no difieren con los calculados por el organismo oficial OPP en 2006. En segundo lugar, se pretende modelar la distribución del PIB turístico departamental, que como se verá más adelante parece seguir una función de distribución de Pareto.

El Cuadro 3 muestra todas las pruebas para la mediana y la varianza disponibles en el paquete econométrico. Una de las ventajas de testear solo la mediana y la varianza es el no tener que asumir a priori ninguna distribución de probabilidad sobre los datos que pueda limitar el análisis. En particular las pruebas paramétricas generalmente se ven limitadas a asumir una distribución normal, con las no paramétricas no sucede esto. Además estas pruebas son mejores en muestras pequeñas como las que se tienen aquí, no se limitan a variables continuas, son fáciles de aplicar y los supuestos son escasos y menos complicados. En lo que se refiere a la mediana se aplicaron: 1) La prueba de Wilcoxon/Mann Whitney que tiene poder sobre la diferencia

Cuadro 3. Pruebas estadísticas sobre la igualdad de las participaciones departamentales entre los datos de OPP y los estimados en el presente estudio.

Tipo de prueba	H&R vs. OPP	ACT vs. OPP	H&R vs. ACT
Mediana			
Wilcoxon/Mann-Whitney	1,0072 (0,314)	0,2336 (0,815)	1,2700 (0,204)
Med. Chi-square	1,6889 (0,194)	0,1053 (0,746)	2,6316 (0,105)
Kruskal-Wallis	1,0441 (0,307)	0,0616 (0,804)	1,6501 (0,199)
van der Waerden	0,8082 (0,369)	0,1320 (0,716)	1,3947 (0,238)
Varianza			
F-test	1,8618 (0,197)	1,0728 (0,883)	1,7355 (0,252)
Siegel-Tukey	0,6569 (0,511)	0,2044 (0,838)	0,2190 (0,827)
Levene	0,0816 (0,777)	0,0020 (0,965)	0,1224 (0,728)
Brown-Forsythe	0,0047 (0,946)	0,0000 (0,994)	0,0063 (0,937)

Fuente: Elaborado a las participaciones del presente estudio y aquellas de la OPP. Se muestra el estadístico y entre paréntesis curvo el p-valor calculado por el programa EViews 6.0, se observa que para un nivel de significación de 0,05 en todos los casos este excede a 0,05 todos los p-valores son mayores a 0,05 y por tanto en ningún caso se rechaza la hipótesis nula de igualdad.

Cuadro 4. Prueba de Distribución Empírica de Pareto para el PIB turístico (H&R, ACT y OPP).

Método	Hoteles y Restaurantes		ACT		Com.. Hot. Y Rest. OPP	
	Estadístico	P-valor	Estadístico	P-valor	Estadístico	P-valor
Kolmogorov (D+)	0,054158	0,89	0,144631	0,43	0,080386	0,77
Kolmogorov (D-)	0,275661	0,05	0,147285	0,41	0,144154	0,43
Kolmogorov (D)	0,275661	0,09	0,147285	0,77	0,144154	0,79
Kuiper (V)	0,329819	0,17	0,291917	0,35	0,224540	0,79
Cramer-von Mises (W2)	0,317197	0,12	0,081026	0,69	0,062169	0,81
Watson (U2)	0,145155	0,11	0,080018	0,41	0,053651	0,67
Anderson-Darling (A2)	1,550510	0,16	3,661292	0,00	0,418880	0,83

Fuente: Elaborado en base a los resultados obtenidos. Para un nivel de significación de 0,05 no se rechaza la hipótesis de igualdad para p-valores mayores al 0,05.

entre las medianas y es uno de los test más aplicados; 2) la prueba de Chi-2 para las medianas que compara el número de observaciones debajo y encima de la media de cada subgrupo, este test también es conocido como test de la mediana según Conover (1980); 3) La prueba de Kruskal-Wallis que es una generalización de la prueba de Mann-Whitney; 4) Por último, el test de Van der Waerden que es una generalización de Kruskal-Wallis. En todos los casos las pruebas sobre la mediana indican que no se puede rechazar la hipótesis de que las series tengan la misma mediana.

Además, se realizaron pruebas de igualdad sobre la varianza de las participaciones para analizar si el grado de dispersión difería entre los resultados obtenidos por los tres caminos. Para esto se aplicaron:

- 1) La prueba F bajo la hipótesis de igualdad de varianza;
- 2) La prueba de Siegel-Tukey que se aplica siguiendo los mismos pasos que en Kruskal-Wallis;
- 3) La prueba de Levene que se basa en el análisis de varianza (ANOVA) de la diferencia absoluta de la media;
- 4) La prueba Brown-Forsythe que es una modificación de la prueba de Levene donde se cambia la diferencia absoluta de la media por la diferencia absoluta de la mediana. En todos los casos los resultados muestran que el grado de dispersión entre los departamentos es similar.

Posteriormente, sobre las tres mediciones se realizaron pruebas a los efectos de ajustar una distribución de Pareto. Como es sabido, la densi-

dad de Pareto ha sido introducida para modelizar la distribución del ingreso cuando esta es muy inequitativa. La ecuación (4) muestra la función de densidad de Pareto con dos parámetros. El parámetro α está relacionado con la dispersión (cuanto más alto menor será la dispersión) y el parámetro k puede interpretarse como el ingreso mínimo o en el presente caso, el PIB mínimo.

$$f_X(x) = \begin{cases} \frac{\alpha k^\alpha}{x^{\alpha+1}} & \text{si } x \geq k \\ 0 & \text{en otro caso} \end{cases} \quad (4)$$

Se estimaron estos dos parámetros por el método de máximo verosimilitud para las tres mediciones del PIB turístico (H&R, ACT y OPP). Con el promedio de estos parámetros se realizó una serie de pruebas de distribución empírica disponibles en el paquete Eviews 6.0 para las tres mediciones a los efectos de analizar si las tres mediciones podían provenir de la misma función de densidad. La Prueba de Kolmogorov-Smirnov es uno de los más usados y tiene la ventaja sobre la Chi-2 de bondad de ajuste que no requiere que los datos sean agrupados en intervalos de clase (en el caso de considerar una distribución de probabilidad continua, esta agrupación es arbitraria) y elaborar un histograma con los datos (lo cual, debido a su base subjetiva, puede resultar en una pérdida de alguna información pertinente). Cuando se cambia el número de intervalos de clase y el ancho del intervalo afecta el valor calculado y tabulado de

la Chi-cuadrada. Es más poderosa que la Chi2, especialmente cuando el tamaño de la muestra es pequeño y el nivel de medición de la variable es ordinal. Al igual que la anterior prueba, la de Anderson-Darling que se presenta aquí también es especializada en muestras pequeñas como la que se tiene en el presente trabajo. El Cuadro 4 muestra los resultados obtenidos.

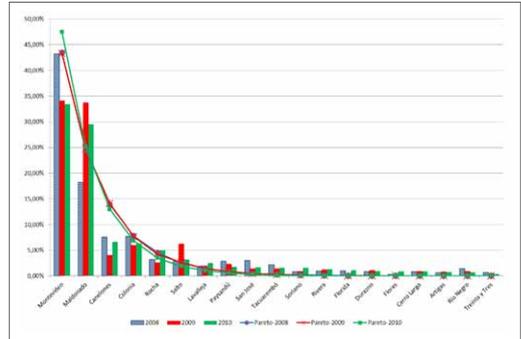
Los resultados muestran que no se puede rechazar que las tres mediciones provengan de la misma distribución de probabilidad y en particular, de una distribución de Pareto. De esta forma y por los motivos antes mencionados se continúa el análisis con el PIB turístico medido por hoteles y restaurantes. En este caso, la distribución del PIB en hoteles y restaurantes por departamento, podría ser modelada de acuerdo a la función de densidad de Pareto estimada para el 2010 que se muestra en la ecuación (5)

$$f_Y(y) = \begin{cases} \frac{0,58(0,004)^{0,58}}{x^{0,58+1}} & \text{si } x \geq 0,004 \\ 0 & \text{en otro caso} \end{cases} \quad (5)$$

Como siguiente paso se realizó la estimación de esta función de densidad para el año 2008, 2009 y 2010, a los efectos de observar si hubo fenómenos de concentración o no, en el período analizado. El Gráfico 1 2 muestra la distribución del PIB turístico medido por hoteles y restaurantes de 2008 a 2010 y las densidades de Pareto estimadas para esos años.

Los resultados muestran que el índice de Pareto estimado fue de 0,50 en 2008, 0,54 en 2009 y 0,58 en 2010. Se destaca que estos valores son menores que 1 por lo cual no se puede calcular el índice de Gini, sin embargo, este parámetro ya es un índice de dispersión y en el presenta caso nos muestra que se produjo un efecto de concentración desde 2008 a 2010. Por su parte el Cuadro 5 parece confirmar este resultado.

Gráfico 1. Distribución del PIB turístico (H&R) y Densidad de Pareto del PIB turístico H&R (2008-2010).



Fuente: Elaboración propia.

En el Cuadro 5 se aprecia que alrededor del 80% del PIB turístico está concentrado en cinco departamentos, Montevideo, Maldonado, Canelones, Colonia y Rocha. Si bien Montevideo que es quien tiene mayor participación ha venido reduciendo su participación de 43,16% a 33,41%, los cinco departamentos en su conjunto han ido concentrando más parte del PIB turístico pasando de 79,88% en 2008 a 80,91% en 2010, lo cual coincide con el índice estimado en anteriormente.

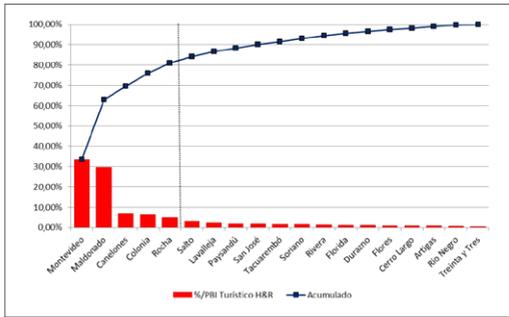
Continuando con el análisis anterior, el Gráfico 2 3 muestra lo que se conoce como diagrama de Pareto que en el presente caso muestra que el 80% del PIB turístico uruguayo (medido por Hoteles y Restaurantes) se explica por un 26,31% de los departamentos. En 2010 se concentraba en cinco departamentos: Montevideo, Maldonado, Canelones, Colonia y Rocha.

Cuadro 5. Frecuencia del PIB turístico (H&R) y Acumulado en el periodo 2008-2010.

Departamento	Part. 2008	Part. 2009	Part. 2010	Acum. 2008	Acum. 2009	Acum. 2010
Montevideo	43,16%	34,04%	33,41%	43,16%	34,04%	33,41%
Maldonado	18,23%	33,65%	29,51%	61,39%	67,70%	62,92%
Canelones	7,60%	4,02%	6,66%	68,99%	71,71%	69,58%
Colonia	7,70%	6,01%	6,35%	76,69%	77,72%	75,92%
Rocha	3,19%	2,60%	4,98%	79,88%	80,33%	80,91%
Resto país	20,12%	19,67%	19,09%	100,00%	100,00%	100,00%

Fuente: Elaborado en base a los resultados obtenidos.

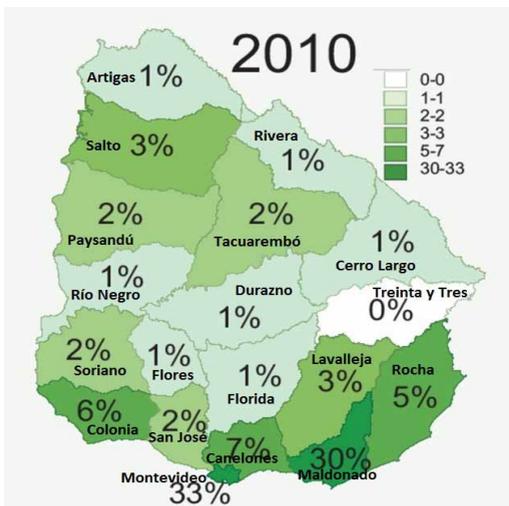
Gráfico 2. Diagrama de Pareto: Distribución del PIB turístico (Hoteles y Restaurantes) en 2010.



Fuente: Elaboración propia en base al PIB turístico en hoteles y restaurantes obtenido para 2010.

En el Gráfico 3 4 se observa cómo se distribuye geográficamente ese 80% del PIB turístico. Es de destacar la concentración del turismo en la costa sur del país asociado al tipo de producto “sol y playa”, también aparece una concentración en los departamentos de Salto y Paysandú cuyo producto turístico principal son las termas. Asimismo, se observa como los 8 departamentos que componen el centro del país y la frontera con Brasil (noreste) participan con sólo el 7% del PIB turístico. Estos resultados podrían hacer reflexionar sobre posibles políticas de desarrollo turístico territorial y destacan la importancia de contar con una medida del PIBT a nivel departamental.

Gráfico 3. Distribución geográfica del PIBT (H&R) por departamento en Uruguay 2010.



Fuente: Elaborado en base a los datos obtenidos.

Evolución de la participación del PIB turístico por departamento.

El Cuadro 6 El Gráfico 5 muestra la evolución del PIB turístico de los ocho departamentos con más peso, considerando Hoteles y Restaurantes (Montevideo, Maldonado, Canelones, Colonia, Rocha, Salto, Lavalleja y Paysandú).

En primer lugar destaca la importancia de Montevideo y Maldonado como fue mencionado anteriormente. Se observa que mientras en Montevideo hubo una pequeña caída en la participación, pasando de 39,81% en 2007 a 33,41% en 2010, lo contrario sucede en Maldonado que pasa de 18,54% en 2007 a 29,51% en 2010. Se observa también un crecimiento en destinos como Rocha, Lavalleja y Colonia pasando de 2,32%, 2,04% y 5,33% en 2007 a 4,98%, 2,50% y 6,35% en 2010, respectivamente. Por otro lado, Canelones, Salto y Paysandú presentan una caída en la participación pasando de 12,21%, 3,67% y 4,41% en 2007 a 6,66%, 3,17% y 1,75% en 2010 respectivamente.

Cuando se observan las tasas de crecimiento promedio anual en las participaciones en el periodo 2007-2010, se observa que el mayor crecimiento en participación lo ha tenido Rocha creciendo su participación a una tasa del 29% promedio anual, lo que puede estar explicado por el gran despegue que ha tenido la costa oceánica en este periodo. En segundo lugar aparece Maldonado con un crecimiento promedio anual del 17%.

Dentro de las caídas más importantes, se encuentra en segundo lugar (luego de Artigas), Paysandú, con una caída del 26% promedio anual en su participación del PIB turístico y Canelones en tercer lugar con una caída del 18% promedio anual para el mismo periodo de estudio. Si se considera que Salto también ha tenido una caída en el periodo de 5% promedio anual, se podría plantear la hipótesis de una posible pérdida de competitividad del turismo termal respecto a destinos de reciente creación, como las termas de Entre Ríos del otro lado del Río Uruguay. Se requeriría una investigación más profunda para analizar si esto ha sido un factor importante en la caída de la participación de Salto y Paysandú.

Crecimiento del PIB turístico por departamento.

En esta parte se intentó clasificar a los departamentos de acuerdo al crecimiento promedio anual que han presentado en la producción turística. Se debe aclarar que si bien debido a todas las aproximaciones aplicadas en el cálculo del PIB turístico las tasas de crecimiento presentadas deben ser consideradas con cuidado, se espera que los resultados más generales sean consistentes.

Cuadro 6. Evolución de la participación del PIB de Hoteles y Restaurantes en los ocho departamentos con mayor peso, en el periodo 2007-2010.

Departamento	2007	2008	2009	2010
Montevideo	39,81%	43,16%	34,04%	33,41%
Maldonado	18,54%	18,23%	33,65%	29,51%
Canelones	12,21%	7,60%	4,02%	6,66%
Colonia	5,33%	7,70%	6,01%	6,35%
Rocha	2,32%	3,19%	2,60%	4,98%
Salto	3,67%	2,84%	6,22%	3,17%
Lavalleja	2,04%	1,88%	1,38%	2,50%
Paysandú	4,41%	2,89%	2,30%	1,75%

Fuente: Elaboración propia en base a la cuenta satélite de turismo y los datos de la ECH (2007, 2008, 2009, 2010), INE.

El Cuadro 6 muestra el crecimiento promedio anual del PIB turístico de acuerdo a las tres aproximaciones ya mencionadas. A grandes rasgos se puede observar que dentro de los departamentos que han crecido por encima del promedio nacional se encuentran en los tres casos a Maldonado y Colonia. Es decir tanto Comercio, Restaurantes y Hoteles de OPP muestra un crecimiento por encima del nacional en el periodo 2002-2006, asimismo estos departamentos presentan un crecimiento por encima del nacional en el periodo 2007-2010 considerando ACT y H&R.

Se destaca el crecimiento del PIB turístico en Rocha que entre 2007 y 2010 presentó una tasa de crecimiento de 47,07% promedio anual. Si por otro lado, se toman los datos del turismo receptivo del Ministerio de Turismo de Uruguay se aprecia que en ese periodo el crecimiento de los turistas no residentes fue del 34,7% promedio anual, lo cual está en consonancia con el desarrollo turístico que ha tenido el departamento en los últimos años.

Se debe señalar también que las altas tasas de crecimiento de la producción turística del país que aquí se ubica en el 10,28% promedio anual entre 2007 y 2010 de acuerdo a datos del Banco Central del Uruguay, van de acuerdo con el crecimiento del país en el periodo que presentó una tasa de crecimiento real promedio anual del 6% y que en el sector servicio presentó tasa más altas, llegando al 20% promedio anual en "Transporte, Almacenamiento y Comunicaciones" del cual una parte es turística o un 14% promedio anual en "intermediación financiera" que también está incorporado en el turismo.

Además se observa que dentro de los departamentos que han mostrado un crecimiento negativo

en los dos periodos según las tres mediciones, se encuentran Artigas y Paysandú.

Por otro lado, Montevideo es el único departamento que presenta una tasa de crecimiento promedio anual relativamente estable de alrededor del 5,2% en ambos periodos y usando las tres mediciones.

El alto crecimiento de Rocha, Maldonado y Colonia por encima del promedio nacional, podrían estar explicando gran parte del crecimiento en la concentración del PIB turístico por parte de los cinco departamentos antes mencionados.

4. Conclusiones

Conocer el PIB turístico por departamento parece importante cuando se pretende analizar y tomar medidas sobre la distribución de la producción turística en el territorio del país. Por otro lado, permite a los gobiernos departamentales tener mejor información a la hora de tomar decisiones sobre sus respectivos departamentos.

Lamentablemente, los altos costos han impedido en Uruguay y en otros países que se lleven mediciones de este tipo, limitándose a tener una medición del PIB a nivel de país. De hecho, la OPP realizó estimaciones del PIB departamental hasta 2006 que podrían ser retomadas en el año 2012. Por otra parte, a partir de la elaboración de la Cuenta Satélite de Turismo (CSTU) se estimó el PIB turístico del país. Por este motivo, el intento del presente artículo de medir el PIB turístico departamental se presenta como un ejercicio original.

Se escogió la metodología sugerida por Geary y Stark (2002) por ser relativamente sencilla en su aplicación, de bajo costo y por haber presentado

Cuadro 7. Clasificación de los Departamentos de acuerdo al crecimiento promedio anual en el PIB turístico según OPP, ACT y Hoteles y Restaurantes.

Departamentos*	CHR OPP*	Departamentos	PIB ACT	Departamentos	PIB H&R
<i>Maldonado</i>	5,68%	<i>Rocha</i>	47,04%	<i>Rocha</i>	42,29%
<i>Montevideo</i>	5,61%	<i>Maldonado</i>	38,21%	<i>Maldonado</i>	28,76%
<i>Colonia</i>	0,73%	<i>Florida</i>	24,23%	<i>Flores</i>	27,09%
URUGUAY	0,25%	<i>Colonia</i>	23,78%	<i>Tacuarembó</i>	26,38%
<i>Canelones</i>	-1,90%	<i>Soriano</i>	19,53%	<i>Soriano</i>	23,34%
<i>Rocha</i>	-5,52%	<i>Lavalleja</i>	17,12%	<i>Florida</i>	20,48%
<i>Salto</i>	-7,25%	<i>Rivera</i>	16,06%	<i>Rivera</i>	19,69%
<i>Flores</i>	-11,64%	<i>Tacuarembó</i>	15,54%	<i>Lavalleja</i>	18,10%
<i>San José</i>	-12,07%	URUGUAY	10,28%	<i>Colonia</i>	16,87%
<i>Soriano</i>	-12,08%	<i>Canelones</i>	9,49%	<i>Durazno</i>	16,15%
<i>Paysandú</i>	-12,11%	<i>Río Negro</i>	7,21%	URUGUAY	10,28%
<i>Rivera</i>	-13,03%	<i>Montevideo</i>	6,09%	<i>Treinta y Tres</i>	9,37%
<i>Río Negro</i>	-14,56%	<i>Flores</i>	3,68%	<i>Salto</i>	4,97%
<i>Lavalleja</i>	-15,23%	<i>Salto</i>	1,36%	<i>San José</i>	4,43%
<i>Florida</i>	-17,02%	<i>San José</i>	-4,51%	<i>Montevideo</i>	4,02%
<i>Cerro Largo</i>	-17,22%	<i>Paysandú</i>	-5,99%	<i>Cerro Largo</i>	1,89%
<i>Artigas</i>	-17,38%	<i>Treinta y Tres</i>	-11,86%	<i>Río Negro</i>	-0,61%
<i>Durazno</i>	-19,88%	<i>Cerro Largo</i>	-14,99%	<i>Canelones</i>	-9,90%
<i>Tacuarembó</i>	-20,84%	<i>Artigas</i>	-16,41%	<i>Paysandú</i>	-18,91%
<i>Treinta y Tres</i>	-21,02%	<i>Durazno</i>	-21,57%	<i>Artigas</i>	-19,68%

Fuente: Elaboración propia en base a datos del MINTUR, BCU, INE y OPP. * La clasificación se hace en base a las tasa de crecimiento reales promedio anual entre 2002 y 2006, se usó el índice de precios implícito de Hoteles y Restaurantes del BCU. Para ACT y H&R se utiliza la tasa de crecimiento real promedio anual para el periodo 2007-2010.

resultados razonables. A los efectos de aumentar la rigurosidad de los resultados, estos fueron comparados con el único dato oficial de OPP asimilable al PIB turístico, el cual proviene de la estimación del PIB en Comercio, Hoteles y Restaurantes. Además, se aplicaron una serie de pruebas estadísticas con la finalidad de tener un análisis más completo de los resultados obtenidos.

La CSTU definió nueve actividades características del turismo (ACT) y el PIB generado por estas actividades pesaba un 4,63% del PIB total uruguayo, mientras que Alojamiento y Restaurantes que son las actividades más representativas del turismo, tienen un peso del 32,77% en el PIB de las ACT y representan un 1,73% del total del PIB. Es así, que se consideraron dos mediciones alternativas del PIB turístico, una que incorporaba

las ACT y una segunda que considera solo Hoteles y Restaurantes. Por otro lado, se tomó la medición del PIB en Comercio, Hoteles y Restaurantes departamental de 2006 proporcionada por la OPP como el único dato oficial con el que se podían realizar comparaciones.

Los resultados mostraron que las tres mediciones en esencia no difieren, pero el PIB en Hoteles y Restaurantes parece representar mejor el PIB turístico y sería una mejor medida a la hora de estudiar la distribución de la producción turística en el territorio uruguayo.

Se pudo apreciar que alrededor del 80% del PIB turístico se concentra en cinco departamentos, Montevideo, Maldonado, Canelones, Colonia y Rocha, en ese orden. Además tanto el índice de Pareto, como la frecuencia acumulada muestran que estos

departamentos han aumentado la concentración del PIB turístico entre 2008 y 2010, pasando de tener el 79,88% del PIB a tener el 80,91%.

Se observa que mientras en Montevideo hubo una pequeña caída en la participación, pasando de 39,81% en 2007 a 33,41% en 2010, lo contrario sucede en Maldonado que pasa de 18,54% en 2007 a 29,51% en 2010. Se observa también un crecimiento en destinos como Rocha, Lavalleja y Colonia pasando de 2,32%, 2,04% y 5,33% en 2007 a 4,98%, 2,50% y 6,35% en 2010, respectivamente. Por otro lado, Canelones, Salto y Paysandú presentan una caída en la participación pasando de 12,21%, 3,67% y 4,41% en 2007 a 6,66%, 3,17% y 1,75% en 2010 respectivamente.

En cuanto al crecimiento del PIBT los datos sugieren que hubo un mayor crecimiento considerando que en el período 2002-2006 el crecimiento promedio fue 0,25% y para 2007-2010 era de 10,28%. Rocha, Maldonado y Colonia han presentado tasas por encima del promedio nacional. En particular, destaca Rocha que en el período 2007-2010 ha crecido a un 42,29% promedio anual y Maldonado que ha crecido a un 28,76% promedio anual y que pueden estar explicando en parte el incremento en la concentración del PIB turístico, antes mencionado. Por otro lado, departamentos como Artigas y Paysandú presentan las caídas más pronunciadas en el período.

Los resultados muestran que el 80% del PIB turístico se concentra en los departamentos al sur del país, sobre la costa del Río de la Plata y el Océano Atlántico. En este sentido, destaca el hecho de que San José es el único en la costa que no tiene una alta participación del PIB turístico y aparece en una novena posición con el 1,66% del PIB turístico del país. Por otra parte, resalta el escaso peso en la producción turística que presenta el resto de los 14 departamentos. En el litoral, destaca Salto pero apenas con un 3,17% del PIB turístico total y luego Paysandú con 1,75% y este último cayendo en participación. Estos departamentos tienen como producto turístico principal, el relacionado con lo termal, pero no tiene comparación con el nivel de producción de los cinco departamentos costeros. Por otra parte, también aparece Lavalleja entre los diez primeros, pero su participación en la producción turística nacional es de 2,50%.

Se destaca que a 2010 había 15 departamentos con menos del 5,2% del PIB turístico (porcentaje que representa una distribución equitativa en los 19 departamentos). Por otra parte el 86,6% del PIB turístico se concentra sobre la costa del Río de la Plata y el Océano Atlántico y un 6,5% entorno a Salto, el resto de los departamentos tienen una muy baja participación. Todo esto debería llamar a la reflexión sobre políticas a ser aplicadas en el

resto del territorio nacional a los efectos de tener una producción turística más equilibrada, y la necesidad de continuar trabajando en una política turística que atienda los impactos generados en los cinco departamentos donde se concentra la producción turística.

Por último, como líneas de trabajo futuro se destaca la necesidad de buscar mejores indicadores que permitan departamentalizar mejor aquellas actividades para las que el empleo y los salarios podrían no ser buenos ponderadores. Por ejemplo, para la producción de segundas residencias, se podría utilizar el número de segundas residencias por departamento. Además, se podría incluir en el análisis las actividades conexas y las no específicas del turismo, las que se definieron en la elaboración de la CSTU.

Bibliografía

- BCC (2003), *Producto Bruto Interno Regional 2003-2005: Base 2003*, Gerencia de Información e investigación estadística, Departamento de Cuentas Nacionales, Banco Central de Chile.
- Buyst, E., (2010), "Reversal of Fortune in a Small, Open Economy: Regional GDP in Belgium, 1896-2000", *Rivista di Storia Economica*, Vol. 26 (1), pp. 75-92
- Conover, W., (1980), *Practical Nonparametric Statistics*, 2nd edition, New York: John Wiley & Sons, Nueva York, EEUU
- Crafts, N., (2005), "Regional GDP in Britain, 1871-1911: Some estimates", *Scottish Journal of Political Economy*, vol. 52(1), pp. 54-64
- Di Vaio, (2007), "Economic Growth and Regional Disparities in Post-Unification Italy: New Preliminary Results for Industry", *Libera Università Internazionale degli Studi Sociali (LUISS Guido Carli)*, Italy, Working Document No. 56, Roma, Italy
- Enflo, K., Henning, M., L. Schön, L., (2010), "Swedish regional GDP 1855-2000: Estimations and general trends in the Swedish regional system," Universidad Carlos III de Madrid, Working Papers in Economic History, No. 3.
- Felice, E., (2009), "Estimating regional Gdp in Italy (1871-2001): sources, methodology, and results", Universidad Carlos III de Madrid, Working Papers in Economic History, No. 7.
- Geary, F., y Stark, T., (2002), "Examining Ireland's post-famine economic growth performance", *The Economic Journal*, vol. 112, pp. 919-935.
- Instituto de Estadística, FCEA – UDELAR (2010), INFORME FINAL del Proyecto "Mejora de la información turística hacia las Cuentas Satélite de Turismo de Uruguay".

- Martinez, J., (2007), "New Estimates of Regional GDP in Spain, 1860-1930", Documents de Treball de la Facultat de Ciències Econòmiques I Empresariales, Col·lecció d'Economia, Universitat de Barcelona.
- OPP (2007), *Departmentalización Producto Bruto Interno*, Departamento de Descentralización Territorial y Gobiernos Departamentales, Oficina de Planeamiento y Presupuesto (OPP), Presidencia de la República.
- Pons, J., y Tirado, D., (2008), "Los determinantes de la desigualdad económica regional en España", *Información Comercial Española 842*, mayo-junio, pp.195-216.
- Tirado, D., Pons, J., Paluzie, E., (2006), "Los cambios en la localización de la actividad industrial en España, 1850-1936. Un análisis desde la Nueva Geografía Económica", *Revista de Historia Industrial*, vol. 31, pp. 41-63.

Recibido: 16/01/2013
Reenviado: 21/01/2014
Aceptado: 16/05/2014
Sometido a evaluación por pares anónimos



26, 27 y 28 de noviembre Celebración del congreso

Grupos de trabajo

Área I. Dirección y gestión de empresas de servicios turísticos

Área II. Distribución turística y transportes

Área III. TIC's aplicadas al turismo

Área IV. Fundamentos y dimensiones del turismo

Área V. Recursos y productos turísticos

Área VI. Destinos turísticos

Área . Área abierta

CONGRESO

INVATTUR

Consellería de Economía Industria, Turismo y Empleo

Paseo Tolls, 2

03502 Benidorm (España)

<http://congresoaecit.org/>

Modelo de planejamento socioambiental alicerçado em base de dados de indicadores de sustentabilidade no contexto do desenvolvimento local

Takeshy Tachizawa*

FACCAMP (Brasil)

Hamilton Pozo**

Universidade Anhembi-Morumbi, São Paulo (Brasil)

Resumo: O artigo apresenta um modelo de planejamento socioambiental, concebido a partir da análise de indicadores de sustentabilidade, estruturados para o município de Floresta do Xingu (MT). Essa região, pertencente à bacia hidrográfica do Xingu, é conhecida como arco de desmatamento da Amazônia. E, também, a influência das relações estabelecidas pelas comunidades locais (terras indígenas e projetos de assentamentos) na perda de habitat, qualidade ambiental da vegetação e dos recursos hídricos. O trabalho, desenvolvido pelo método de estudo de caso, pode contribuir para o ordenamento ecológico da região que registra intensa transformação do cenário florestal para uso agropecuário. Seus resultados podem auxiliar governantes e gestores públicos na formulação de arranjos espaciais, prioritários à conservação da biodiversidade da região.

Palavras-chave: desenvolvimento local sustentável, formulação de políticas públicas, indicadores de sustentabilidade, diretrizes sistêmicas da biodiversidade, portal eletrônico de informações socioambientais.

Model of social and environmental planning based the sustainability indicators data base in the context of the local development

Abstract: The paper presents a model of social and environmental planning, designed from the analysis of sustainability indicators in the municipality of Floresta do Xingu (MT). The model, developed by the method of case study aims to contributing to the ecological monitoring of the region. This regional context, located in the basin of the Xingu, is known as arc of deforestation in the Amazon Region. The proposed model provides the basis for a social and environmental zoning plan, allowed the identification of effects of intensity of land use. And, as well as, the influence of the relations established by local communities (indigenous land and settlement projects), loss of habitat, natural condition, the environmental quality of the vegetation and water resources of the region. The implications arising from the implementation can help governments and public managers in the formulation of possible spatial arrangements for the region and to identify priority areas for biodiversity conservation.

Key Words: local sustainable development, public policies establishment, sustainability indicators, systemic guidelines of biodiversity, website of social and environmental informations.

* Docente-Pesquisador do Programa de Mestrado em Administração da Faculdade Campo Limpo Paulista (Faccamp). São Paulo/BR; E-mail: usptakes@uol.com.br

** Docente-Pesquisador do Programa de Mestrado em Hospitalidade da Universidade Anhembi-Morumbi (UAM). São Paulo/BR; E-mail: hprbrazil@hotmail.com

1. Introdução

O bem-estar humano da civilização depende do fluxo contínuo de bens e serviços gerados pelos ecossistemas, que por sua vez, são constituídos por ligações múltiplas e complexas. A evolução da geração atual pode ter impactos negativos para as futuras na medida em que se baseiem na exploração não sustentável do meio ambiente. O crescimento populacional e o desenvolvimento econômico estão conduzindo a rápidas mudanças nos ecossistemas, como resultado das ações humanas, representado pela significativa degradação dos recursos ambientais (Millennium Ecosystem Assessment, 2005).

A estrutura e funcionamento dos ecossistemas globais, como resultado das ações humanas, mudou acentuadamente na segunda metade do século XX, mais do que em qualquer outro momento na história humana. A magnitude dessas mutações acompanha o tamanho da população e o aumento da intensidade da atividade econômica. Como consequência, a biodiversidade está sendo afetada em ritmo acelerado, com perdas irreversíveis.

Embora a reestruturação e gerenciamento dos ecossistemas tenham proporcionado à sociedade humana benefícios como o aumento da produção de alimentos, essas mudanças têm gerado grandes custos ambientais, refletindo na perda dos ecossistemas. Além disso, por ocorrerem de maneira desigual, essas alterações podem exacerbar as desigualdades no acesso aos serviços ambientais, contribuindo ainda mais para a pobreza.

A expansão do mercado mundial de alimentos resultou em uma redistribuição dos recursos em escala global, fornecendo alimentos e possibilidades de subsistência, onde a produção é limitada, não disponível ou não sustentável. Esta expansão do mercado tem sido acompanhada por mudanças significativas dos ecossistemas, tais como as transformações do cerrado brasileiro em campos de soja (Fearnside, 2005). O ritmo das alterações humanas nos ecossistemas naturais tem sido muito mais intenso do que aquele normalmente produzido pela natureza. Em função dos problemas ambientais decorrentes das práticas econômicas predatórias, e da má utilização e degradação dos recursos naturais, resultando na perda da qualidade ambiental, torna-se cada vez mais urgente o planejamento territorial baseado na perspectiva socioeconômica e ambiental. Dessa forma o desenvolvimento deve considerar não somente as potencialidades dos recursos naturais, mas, sobretudo, as fragilidades dos ambientes naturais perante as diferentes inserções do homem na natureza (ROSS, 2006).

Como um país em desenvolvimento, o Brasil tem formulado uma série de políticas que exercem

grande influência sobre as mudanças do uso da terra. Dentre os estados brasileiros, Mato Grosso passou, nas últimas décadas, por profundas transformações socioeconômicas, refletidas em mudanças da sua paisagem e em novas formas de produção e de trabalho. Nesse processo, seus ecossistemas vêm sofrendo impactos pelo uso abusivo de novas tecnologias, bem como pelas formas tradicionais de uso e ocupação da terra (Mato Grosso, 2007).

Floresta do Xingu é um dos municípios dessa região que foi selecionado para este estudo por apresentar um cenário associado à substituição das atividades rurais tradicionais da área, por projetos desenvolvimentistas. Isso, em conjunto com a implementação de infra-estrutura (assentamentos) e a presença de áreas de proteção legal, que também influenciaram nas rápidas mudanças de uso da terra, consideradas bastante típicas para a região centro-oeste do Brasil.

A sociedade, por meio de tecnologias de gestão social, em contrapartida, pode criar forças motrizes de mudanças que poderão agir de forma positiva sobre os diversos componentes da biodiversidade e dos ecossistemas (Secretariat of the Convention on Biological Diversity, 2006).

Como decorrência desta análise, estabeleceu-se uma proposta para concepção de indicadores de sustentabilidade, em um cenário de mapeamento socioambiental. As razões que justificam seu uso como instrumento de planejamento pelo governo e comunidade em geral, não são apenas decorrentes de aderência à legislação vigente mas, principalmente, em função da possibilidade de direcionar as decisões de sustentabilidade de forma convergente com a filosofia de desenvolvimento sustentável.

2. Fundamentação teórica

Enfrenta-se um cenário em que a população humana pode chegar a espantoso nove bilhões na próxima década. Isso, depois de ter levado 250 mil anos para chegar a um bilhão, dois bilhões de habitantes em 1927, quatro bilhões em 1974 e seis bilhões em 1986. Tal contexto deve provocar mudanças no comportamento dos consumidores e stakeholders das organizações.

Esse mundo, mais populoso e demograficamente desigual, deve provocar trauma significativo na pirâmide social e econômica. As classes A e B podem conviver ao lado de maior crescimento das classes C e D, provocando incremento no consumo e, portanto, pressão sobre o meio ambiente.

E, neste contexto, países em desenvolvimento como o Brasil, viáveis de implementar projetos de mecanismos de desenvolvimento limpo-MDL, podem contribuir para a sustentabilidade através

da redução de emissões de gases causadores do efeito estufa. Neste cenário socioambiental, emerge uma maior interação institucional entre governos e iniciativa privada, em face às mudanças climáticas globais ora em curso.

Dada as novas demandas por produtos ecológicos, organizações dos diferentes segmentos econômicos deverão estabelecer parcerias em projetos conjuntos, ao longo de cadeias produtivas sustentáveis integradas (Tachizawa, 2012). O desempenho dos órgãos governamentais e empresas, também, serão significativamente influenciados pela pressão das organizações não governamentais – ONG, em direção a um futuro de desenvolvimento sustentável.

Esse desenvolvimento, de forma interdependente, está relacionado com crescimento econômico, com a melhoria da qualidade de vida das pessoas e com a conservação do meio ambiente. Como desenvolvimento sustentável, deve ser auto-suficiente para suprir as necessidades da população sem comprometer a capacidade de atender as necessidades das futuras gerações. É o desenvolvimento que não esgota os recursos para o futuro, conforme conceito endossado pela Comissão Mundial sobre Meio Ambiente e Desenvolvimento, criada pelas Nações Unidas, para harmonizar o desenvolvimento econômico e a conservação ambiental.

Coerente com este cenário originou-se o Índice de Desenvolvimento Humano – IDH, definido pelo Programa das Nações Unidas para o Desenvolvimento (PNUD, 2011), com propósito de desafiar as estreitas definições econômicas de progresso que compõem o produto interno bruto - PIB. Ele incorpora, além de indicadores econômicos e sociais, as estatísticas sobre alfabetização, dados sobre a expectativa de vida e poder de compra, tornando-se instrumento de mensuração da condição de vida de países, estados e municípios.

O Brasil ocupa a 84ª posição no ranking do IDH 2011, em uma lista que traz 187 países. O Brasil avançou uma posição em relação ao ano passado e tem desenvolvimento humano considerado alto, segundo o relatório divulgado pelo PNUD.

A idéia da construção de indicadores para projetos socioambientais vem ganhando força entre dirigentes e técnicos dos vários tipos de organizações do Terceiro Setor, de financiadores e doadores, assim como junto ao público beneficiado, órgãos governamentais, imprensa e comunidade empresarial. Em grande parte, a motivação para a avaliação mais precisa de resultados e impactos dos projetos, teve origem nas agências doadoras e financiadoras de cooperação internacional. Além de preocupadas em saber os efeitos e resultados de tantos anos de apoio a organizações do Terceiro Mundo, se viram pressionadas por seus governos e

contribuintes a apresentar os resultados efetivos dessa cooperação não governamental. As perguntas eram e continuam sendo: a ajuda ao Terceiro Mundo está revertendo os quadros de pobreza, miséria, desigualdade social e ausência de direitos básicos? A reação de muitas organizações a esta demanda se deu como crítica à utilização das noções de eficiência e eficácia na mensuração de processos complexos, por expressar uma visão economicista e mecânica da realidade.

Para a Organization for Economic Co-operation and Development (OECD, 2011), um indicador deve ser entendido como um parâmetro, ou valor derivado de parâmetro, que aponta e fornece informações sobre o estado de um fenômeno com uma extensão significativa. Dessa forma, o uso de indicadores, que utilizam o conceito de desenvolvimento sustentável, tornou-se uma referência internacional evidenciando, sobretudo, que nem sempre o aumento da riqueza significa melhoria da qualidade de vida da população.

Países com alta renda *per capita*, portanto, podem apresentar baixos indicadores de desenvolvimento, assim como o inverso também pode ser verdadeiro. A Comissão de Desenvolvimento Sustentável da ONU publicou, em 1996, os “Indicadores de Desenvolvimento Sustentável”, apresentando um amplo conjunto de indicadores econômicos, sociais e ambientais (IBGE, 2010).

O Brasil, nesta conjuntura de sustentabilidade, e coerente com sua Constituição Federal, está obrigada a estabelecer planos de ordenamento territorial, reforçando a necessidade dos órgãos gestores públicos a se preocuparem com o zoneamento ambiental de seus municípios. Em 1990, o Governo Federal instituiu a Comissão Coordenadora do Zoneamento Ecológico-Econômico, com a missão de articular com os estados, seus zoneamentos pertinentes. Nesse processo de planejamento, em nível macrorregional e regional, mais uma vez foi priorizada a Amazônia Legal, na qual se insere boa parte do estado do Mato Grosso.

Neste sentido, foi criado em 1991 o Programa de Zoneamento Ecológico-Econômico para a Amazônia Legal (Brasil, 2011). O zoneamento ecológico-econômico, para o governo brasileiro, é um instrumento de organização do território a ser observado, tanto na esfera pública e privada. Ele estabelece medidas e padrões de proteção ambiental, destinadas a assegurar a qualidade ambiental dos recursos hídricos e do solo e a conservação da biodiversidade, garantindo o desenvolvimento sustentável e a melhoria das condições de vida da população.

Sua importância e potencial como instrumento de planejamento pode ser sinalizada como um instrumento:

- intrínseco na busca pela eficácia e competitividade dos lugares no mundo globalizado, com tentativas de abrandamento da soberania do país, em que potencialidades e limitações naturais se conectam, na organização do território, às contingências e potencialidades sociais;

- de estado que possibilita recuperar uma visão de conjunto da nação, bem como subsidiar políticas autônomas para uso estratégico do território;

- que concretiza um novo arranjo institucional do sistema de planejamento, ao funcionar como um processo de avaliação de alternativas, servindo como base de articulação às ações públicas e privadas que participam da reestruturação do território, segundo as necessidades de proteção, recuperação e desenvolvimento;

- enquadrado na noção contemporânea de política pública, tendo por horizonte a redução da desigualdade social e o respeito ao pluralismo, contribuindo para a prática de uma cidadania participativa à medida que pressupõe a abertura de canais institucionais com a sociedade para fins de consulta e co-gestão, articulando enfoques, cada qual integrador de atores e temas específicos.

Neste contexto de métricas de desempenho e de qualidade, se insere o conjunto de indicadores de sustentabilidade, ora proposto. E, complementarmente, motivado pela existência de uma lacuna entre o que os gestores necessitam em termos de planejamento socioambiental e o que ocorre no dia-a-dia da gestão pública, foi desenvolvida o presente trabalho.

Objetivou-se, nesse sentido, conceber uma base de dados, contendo uma coleção de registros de sustentabilidade, e que contém determinadas relações entre os mesmos, de maneira que governantes e gestores públicos pudessem formular modelos de desenvolvimento local, alicerçados em indicadores socioambientais.

E tal enfoque torna-se profícuo na esfera governamental, na medida em que tais modelos estão voltados para ordenar a ocupação de espaço dos recursos naturais e de infra-estrutura. Este processo, quando voltado ao mapeamento socioambiental, e planejado de forma consistente, permite integrar os interesses de diversos grupos sociais e políticos, na definição do futuro de qualquer região (BRASIL, 2011).

3. Metodologia da pesquisa

O trabalho foi baseado no método do estudo de caso, pois se limita à investigação de um mesmo fenômeno, em um mesmo cenário, em determinado período de tempo. Esse enfoque, segundo Yin (2001), é um questionamento empírico que

investiga um fenômeno contemporâneo com seus contornos delineados no mundo real, quando as fronteiras entre o fenômeno e contexto não são claramente evidentes. E, nos quais múltiplas fontes de evidência são usadas.

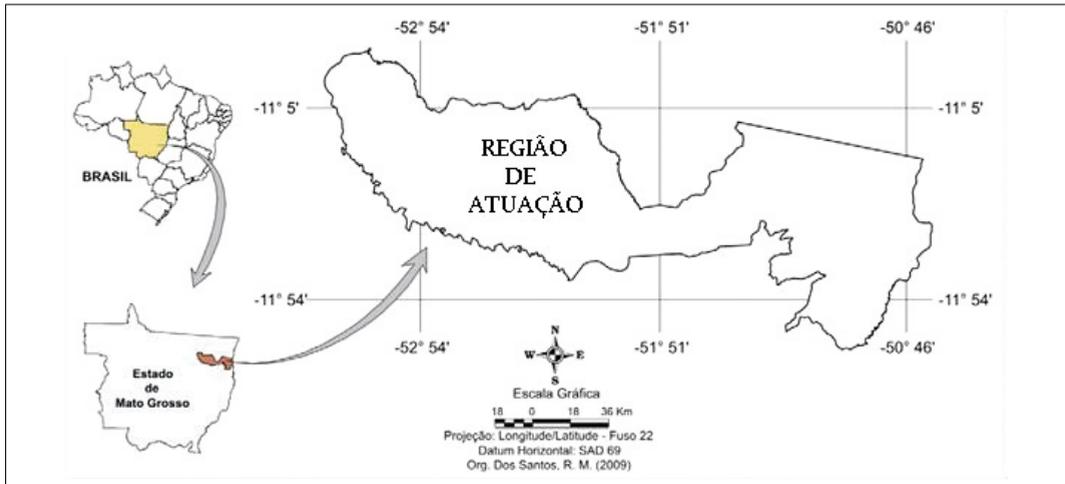
Considerando seu objetivo, este estudo caracterizou-se como exploratório e descritivo. É exploratório, em face de sua principal finalidade, que é desenvolver, esclarecer e modificar conceitos e idéias para a formulação de abordagens mais condizentes com o desenvolvimento de estudos posteriores. E, é descritivo, uma vez que os autores procuraram descrever a realidade como ela é sem se preocupar em modificá-la (GIL, 1987; Sellitz et al., 1987).

Entrevistas semi-estruturadas, observação de processos e análise documental foram os métodos de levantamento de dados, adotados na formulação deste trabalho. A técnica de entrevista, aplicada junto aos gestores e técnicos, justificou-se por ser uma forma de levantamento de posição que conduz os entrevistados a exporem suas percepções a respeito dos fenômenos e problemas associados ao objeto de pesquisa mediante o diálogo com o entrevistador. Os entrevistados, para tanto, foram os secretários municipais e gestores públicos do município de Floresta do Xingu, assim designado para efeito do presente estudo de caso. Noventa e sete entrevistas semi-estruturadas foram aplicadas ao longo do ano de 2011, entre janeiro e outubro. Complementando as respostas das entrevistas, obtiveram-se dados secundários, disponibilizados nos sites das instituições públicas, em suas esferas municipais, estaduais e federais.

Consideraram-se, ainda, informações específicas obtidas dos sites relativos ao Instituto Nacional de Pesquisas Espaciais (INPE, 2011), publicações especializadas em gestão socioambiental e teses e dissertações da Universidade Federal de São Carlos (UFSCar).

O estudo de caso, portanto, foi focado no município de Floresta do Xingu (MT) e região. Este município e região do estado do Mato Grosso, em termos de jurisdição ambiental, estão inclusos na Amazônia Legal.

Localizado na bacia hidrográfica do rio Xingu, no nordeste do Estado de Mato Grosso, contempla parte da região conhecida como “arco de desmatamento” da Amazônia onde, nas últimas décadas, tem sido registrada uma intensa transformação do cenário florestal nativo para o uso agropecuário. Está inserida na *Região Hidrográfica do Tocantins-Araguaia* que vive uma situação especial, pois além de ser produtora de água e energia elétrica de importância nacional, é alvo do Programa “O Homem e a Biosfera” (MAB) da UNESCO, e

Fig. 1: Floresta do Xingu e região de atuação na Amazônia Legal

que busca conciliar a utilização econômica dos recursos naturais com sua conservação.

Em estudo publicado (FAPESP, 2012) na revista PNAS em 2008, pesquisadores dos Estados Unidos estimaram que o Brasil perdeu 2,6 milhões de hectares por ano por causa do desmatamento de florestas úmidas de 2000 a 2005, enquanto na Indonésia, o segundo país com a maior perda de vegetação nativa, o desmatamento está em torno de 700 mil hectares por ano.

De fato, a Amazônia Legal (que pela legislação brasileira se inserem as florestas do Mato Grosso objeto do projeto), que possui cerca de 40% dos remanescentes de florestas tropicais do mundo, tem um papel fundamental no desempenho e fornecimento dos bens e serviços essenciais ao bem-estar humano, em escala global, nacional e internacional.

Este processo de desmatamento regional tem sido considerado como uma das taxas absolutas mais altas do mundo. Relatório divulgado pelo governo federal sobre municípios prioritários para ações de controle do desmatamento, identificados a partir de monitoramento por satélite pelo INPE aponta a região como a oitava mais desmatada da Amazônia.

Houve necessidade, também, de captar informações georeferenciadas, associadas com análises técnicas, para detectar e monitorar mudanças na paisagem, particularmente para o planejamento e manejo dos recursos ambientais.

Em uma escala de observação empírica, contemplou-se o mapeamento de vários fatores (geologia, geomorfologia, unidades climáticas,

hidrografia, malha viária, entre outros), associados às mudanças do uso e ocupação da terra. Sua dinâmica, para caracterizar áreas naturais do território, foi baseada no uso de Sistemas de Informações Geográficas e imagem de satélites do INPE.

4. Principais resultados

4.1. Caracterização do objeto de estudo

A região do município de Floresta do Xingu foi selecionada como foco do trabalho por apresentar um cenário associado à substituição das atividades rurais tradicionais, por projetos desenvolvimentistas. É um dos territórios mais produtivos do estado de Mato Grosso (vide figura 1), graças aos inúmeros rios que correm para suas áreas agrícolas e de florestas nativas. A importância de uma intervenção preservacionista é significativamente acentuada pela hidrografia do município, composta por uma vasta rede de bacias hidrográficas do Araguaia e do Xingu.

Diversos núcleos urbanos estão localizados ao longo dos afluentes do Alto Rio Araguaia e do Rio Xingu, com risco potencial de contaminação orgânica de suas águas. Percebe-se, adicionalmente, a presença disseminada de áreas agrícolas, zonas suscetíveis à erosão e zonas de garimpo no Rio Araguaia.

Tal cenário, portanto, representa riscos na caracterização qualitativa dos recursos hídricos desta região, habitada secularmente por povos indígenas (e que correspondem a 14,7% da área total da região focada no estudo), compreendidas

pelo Parque Nacional do Xingu e demais terras indígenas, legalmente protegidas. São milhares de índios de etnias diferentes, que fizeram das bacias hidrográficas, a base de suas atividades tradicionais, ritos e intercâmbio cultural entre si (SANTOS, 2011). Além deles, a região concentra cerca de 450 mil não-índios, e as nascentes e cabeceiras dos rios se localizam em meio a um dos maiores pólos agropecuários do país.

A ocupação da região ao longo do tempo provocou acentuado desmatamento da cobertura vegetal composta de floresta aluvial, floresta estacional, formação justafluvial (banhados, mata galeria, várzea e áreas úmidas) e cerrado. As áreas ocupadas sofreram redução de 1.306.915,29 ha. em 1990, para 995.751,28 ha. em 2009, devido, principalmente, a conversão da floresta nativa em áreas destinadas a atividade agrícola. Tal situação, em 2009, limitou para 30% de área com formações florestais e 14,89% de cerrado, constituindo uma significativa área de tensão ecológica.

Como mais de 58% do território abordado pelo estudo está inserido na área de formações florestais, associadas às zonas de atrito ambiental, e eis que Mato Grosso está integrado na Amazônia Legal, o Código Florestal - Lei Federal 4.771/65 (BRASIL, 1965) determina que a reserva legal seja de 80% do imóvel rural em áreas cobertas por florestas e de mais de 35% nos cerrados.

Esse fato tem gerado intenso conflito entre o poder público e os proprietários, que se recusam ao cumprimento da legislação. Em parte, isso se deve às atuais restrições legais, uma vez que as propriedades situadas em áreas de floresta da Amazônia tinham que manter 50% de sua área como reserva legal.

O município de Floresta do Xingu, por ser um município relativamente novo, apresenta a maior parte do seu território ainda ocupado com cobertura florestal nativa, aproximadamente 75% de sua área total, em parte, devido ao manejo de baixo impacto realizado pelos povos indígenas, que ocupam cerca de 40% da área do território municipal.

Esses fatores, portanto, inerentes às restrições legais de preservação ambiental em vigor, obrigam as propriedades rurais a manterem 80% de sua área como reserva legal em áreas da Amazônia Legal. Tal contexto, apesar da expressiva cobertura vegetal da região, ressalta a importância do ordenamento territorial para garantir um equilíbrio entre as ações desenvolvimentistas e a preservação dos recursos naturais. A base econômica do município está representada pelas atividades agropecuárias, principalmente, criação de gado de corte e agricultura da soja, com alto grau de mecanização.

Nos últimos anos, com a expansão das atividades agropecuárias e o conseqüente incremento de

áreas desmatadas, aumentaram os processos de transformação da paisagem local. Este potencial para uso agropecuário tem estimulado a pressão por parte dos empresários ligados ao agronegócios, na perspectiva da abertura de novas áreas.

As características ambientais e o acelerado processo de ocupação da mata nativa no município fizeram com que os zoneamentos propostos pelo Estado se tornassem inviáveis eis que reservavam grande parte da área da jurisdição municipal para ser transformada em unidades de conservação. Este anacronismo foi decorrente, em parte, dos desmatamentos e da conseqüente perda da biodiversidade local.

A necessidade de se ter um zoneamento atualizado, embasado nas características ambientais do meio físico e nas condições do uso e ocupação atual da terra, permitiu identificar macro-diretrizes para um posterior mapeamento socioambiental que considerou não somente as potencialidades de uso agropecuário, mas também a conservação dos recursos naturais, em especial o rico patrimônio dos recursos hídricos existente no município e região.

As diretrizes do planejamento socioambiental apresentadas neste trabalho, portanto, podem se constituir em instrumento para auxiliar os gestores públicos e governantes, no mapeamento socioambiental e na gestão dos recursos naturais para atender ao desenvolvimento local sustentável.

4.2. Indicadores socioambientais

Foram desenvolvidos, dentro dos contornos das diretrizes de planejamento socioambiental, indicadores para evidenciar os aspectos-chave da interação sociedade-natureza, e para a geração de informações necessárias para documentar a condição atual e histórica dessa relação.

Os indicadores procuraram refletir as áreas ocupadas pelo contingente humano local, bem como os meios aquáticos e terrestres impactados pelo povoamento desordenado da região. Esses indicadores subsidiaram o estabelecimento de diretrizes sistêmicas, conforme detalhado no tópico 4.4, para a estruturação do mapeamento socioambiental da região.

Portanto, para identificação do padrão do cenário socioambiental decorrente da influência dos processos indevidos do uso da terra, no município de Floresta do Xingu e região, propôs-se, em síntese, o uso de:

- a) indicador de qualidade ambiental;
- b) indicador de qualidade dos recursos hídricos;
- c) indicador de vulnerabilidade ambiental.

4.2.1. Indicador de Qualidade Ambiental

O *Indicador de Qualidade Ambiental* mensura a perda da vegetação natural, expressando a extensão pela qual vem sendo ocupada pela intervenção humana, calculado pela:

$$\frac{\text{ocupação de área urbana + ocupação de área agrícola}}{\text{área de vegetação natural}}$$

Foi obtido com base na análise dos valores da área, forma e distância entre os fragmentos de vegetação nativa da paisagem do município e região. Reflete a suscetibilidade da paisagem em relação à perda de biodiversidade e de habitats, decorrente da condição da fragmentação da classe de vegetação nativa, incluindo os diferentes níveis de mutação.

Os resultados evidenciados pelo Indicador de Qualidade Ambiental permitem identificar as áreas a serem recuperadas, como as terras indígenas da região e alguns fragmentos de cerrado, sendo estas, prioritárias à conservação da biodiversidade. Além disso, evidenciam a influência das atividades agrícolas, presentes nas áreas dos assentamentos. Ressaltam, também, a perda em extensão e em qualidade ambiental dos ecossistemas naturais remanescentes, priorizando com isso, a importância estratégica do planejamento do uso e ocupação dessas áreas.

Este cenário pode subsidiar os planejadores e tomadores de decisão na deliberação de possíveis arranjos espaciais para a região, na perspectiva da preservação dos sistemas suporte de vida necessária ao desenvolvimento regional sustentado. Auxiliaria, também, os órgãos de administração ambiental a planejar e coordenar modelos de gestão de sustentabilidade, sobretudo, quando se considera as interferências de um mapeamento socioambiental do estado em relação ao padrão espacial do território municipal de Floresta do Xingu. Para a conservação da biodiversidade no contexto local torna-se essencial o desenvolvimento de um programa efetivo de manejo e conservação, em conjunto com a conscientização por parte da sociedade, em relação à complexidade dos processos envolvidos na perda dos serviços ambientais. Este desafio, de reverter a degradação dos ecossistemas, pode ser conseguido diante de métricas, que evidenciem a necessidade de mudanças institucionais e políticas. Como métrica desse tipo, e derivada do Indicador de Qualidade Ambiental, poderia se estruturar, por tipo de vegetação, outro indicador, relacionando sua área em hectares, pelo total (1.772.678,12 ha). E, que pode ser interpretado como uma distribuição relativa da situação do meio

físico da região analisada conforme evidenciado na tabela 1 explicitada a seguir.

Tabela 1. Indicador e Qualidade Ambiental

Florestas (1.413.583,09 ha)	79,7%
Cerrado (136.729,89 ha)	7,71%
Savana (9.795,40 ha)	0,55%
Massa d' água (14.348,90 ha)	0,81%

Outro indicador possível de se calcular, derivado do Indicador de Qualidade Ambiental, seria relacionar a área desmatada em relação à área total do município e região, o que evidenciaria a evolução da degradação ecológica. Permitiria, também, sinalizar a existência de loteamentos irregulares em áreas de fragilidade ambiental, cultivos agrícolas intensivos em áreas inapropriadas, desmatamentos e queima de áreas para agricultura e pecuária, deposição de resíduos, mineração, invasão, entre outros aspectos indesejáveis.

E, com a conseqüente ocupação desordenada de áreas de preservação, invasões de áreas verdes e falta de proteção aos mananciais de abastecimento público Isso seriam apenas alguns exemplos de atividades impactantes observadas, em Floresta do Xingu e região.

As métricas evidenciadas, podem sinalizar a implantação de vários empreendimentos nessas áreas, sem a observação das normas de uso e ocupação, ou de princípios básicos de conservação do solo. Com isso, evitar-se-ia comprometer, ainda mais, a qualidade ambiental e reforçando a necessidade de novos e eficientes mecanismos de proteção, regulamentação e controle.

4.2.2. Indicador de Qualidade dos Recursos Hídricos

O Indicador de Qualidade dos Recursos Hídricos pode configurar a suscetibilidade dos recursos hídricos em relação à distância das fontes impactantes, na forma de despejos de poluentes, efeitos dos agrotóxicos, e fluxo indevido de resíduos sólidos, decorrentes do uso da terra, em termos de volume:

$$\frac{\text{despejos de poluentes + agrotóxicos utilizados + resíduos sólidos}}{\text{extensão total da área analisada}}$$

Refletiria os efeitos da intensidade do uso da terra e no padrão espacial de degradação dos recursos hídricos, na medida em que sinalizariam

a correlação efetiva entre padrões e processos nos ecossistemas da região. Foram considerados os fatores físicos (topologia, hidrologia/águas, geofísicos/terras, e climáticos/atmosfera), e as condições biológicas (flora e fauna). Métricas inerentes aos aspectos antrópicos (fatores sociais, econômicos, culturais, saúde e saneamento) também podem ser aferidas, observando a filosofia desse Indicador de Qualidade dos Recursos Hídrico, qual seja:

Área total da bacia hidrográfica

Número de habitantes da região

Por exemplo, a bacia do Araguaia – Xingu na região analisada, tem uma área de 1.250km x 400 km, o que representa uma extensão em km², que dividida pelo número de habitantes resultaria em uma métrica de habitantes per capita em relação a referida área total.

Ou, de outra maneira, a mesma área em outra unidade de medida (hectare) obter-se-ia uma área total de 1.452.356,70 ha. (no exemplo numérico foi considerado um valor arredondado de 1.500.000), que relacionada com a população da região de aproximadamente 500.000 pessoas (vivem aproximadamente 1.477 famílias, além das comunidades de vinte mil índios de várias etnias e de 450 mil não-índios). Isso daria uma métrica, relação aproximada de **3 ha.**, de área hidrográfica, para cada habitante (1.500.000 ha: 500.000 habitantes).

Ou seja, métricas que relacionem as áreas de bacias hidrográficas, de acordo com suas características, pela área total da região, também poderiam ser utilizadas, resultando em um indicador que confrontaria as bacias hidrográficas relacionadas com sua área.

Permitiria identificar as pressões geradas pelos empreendimentos locais sobre o meio ambiente, bem como a eficácia do processo para transformar recursos naturais no objetivo almejado pelo planejamento. É outra face de avaliação que representa a evolução do uso e ocupação da terra na área de estudo que, como decorrência natural, limitou a vegetação nativa original a apenas alguns maciços remanescentes. Há uma abundância de recursos hídricos superficiais, porém, em sua maior parte, a qualidade se encontra comprometida por carga poluidora de origem industrial e urbana. Longos trechos dos principais rios encontram-se bastante degradados. A métrica, portanto, pode estar sinalizando que a restauração de zonas degradadas deve ser encarada como uma determinação legal e não como uma atividade facultativa.

4.2.3. Indicador de Vulnerabilidade Ambiental

As terras indígenas representam um significativo papel em potencial para evitar o desmatamento, tornando suas florestas, em média, melhores conservadas do que aquelas fora das reservas e das áreas protegidas. Isso ocorre devido, principalmente, a ação defensiva das populações indígenas.

As informações para o município de Floresta do Xingu, entretanto, indicam que as áreas indígenas não representam uma garantia de que os desmatamentos sejam evitados. Mesmo por que os povos indígenas não são inerentemente conservacionistas, podendo responder aos mesmos estímulos econômicos que induzem outros tipos de pessoas, físicas e jurídicas, a explorar e degradar os ecossistemas. O indicador que pode evidenciar tal potencial poderia ser apurado relacionando a:

área ocupada por terras indígenas

extensão total da área analisada

A aplicação desse indicador identifica os efeitos da intensidade do uso da terra, bem como a influência das relações estabelecidas pelas comunidades locais (terras indígenas e projetos de assentamentos) no padrão espacial e temporal da paisagem, na perda de *habitat* e na condição da naturalidade e qualidade ambiental da vegetação e dos recursos hídricos do município de Floresta do Xingu e região. Sinalizaria a diminuição gradual dos ecossistemas naturais e, conseqüentemente, a redução de sua capacidade de resposta e adaptação a situações ecológicas estressantes.

A manutenção da integridade dos ecossistemas naturais é o cerne do desenvolvimento do Indicador de Vulnerabilidade Ambiental, uma vez que a integridade do ecossistema está ameaçada por riscos de toda ordem. É a propensão a danos devido à falta de proteção ou de precariedade ou o risco de ser afetada por um impacto negativo. Determina o grau de suscetibilidade à deterioração mediante a incidência de impactos ambientais, exprimindo o potencial da paisagem em absorver ou ser perturbada pela atividade humana. Áreas com fragilidade ambiental podem ser identificadas, também, através de métricas que relacione (em hectares):

área por tipo de terras

área total da região analisada

Dessa maneira poder-se-ia apurar métricas relacionadas às classes de aptidão agrícola, calculada pela divisão da área pelo total do território (1.772.678,12 ha.), tais como:

- a) terras com aptidão regular para lavoura no nível de manejo recomendado (1.372.398,88 hectares), o que representa 77,4% do total;
- b) terras com aptidão excepcional para lavouras (307.353,77 hectares), um percentual de 17,3%;
- c) área alagada (13.520,82 hectares) com 0,7%.

De forma equivalente, poder-se-ia apurar métricas relacionadas às características do solo calculada pela divisão da área pelo total do território (1.772.678,12 hectares), chegando-se a indicadores inerentes à classe de uso e ocupação da terra: a) vegetação nativa (1.117.391,39 ha.) com 63,03%; b) pastagem (232.428,68 ha.) referente a 13,11%; c) agricultura (185.879,64 ha.) com 10,49%; d) regeneração (46.454,88 ha.) relativo a 2,62%; e) água (25.896,02 ha.) com 1,46%; f) uso indígena (1.785,39 ha.) referente a 0,10%; g) cultura permanente (1.389,36 ha.) com 0,08%; h) área urbana (751,73 ha.) com 0,04%.

4.2.4. Indicadores específicos

Outras métricas, na dimensão social podem, também, ser consideradas, tais como: densidade populacional (urbana e rural); distribuição populacional (idade; sexo; grupos étnicos; nível educacional; e tamanho familiar); processos migratórios (taxas de ingressos; taxas de egressos; tendências sazonais; e motivações). Já como indicadores voltados aos *aspectos econômicos* podem ser estabelecidos métricas relacionadas aos serviços de infra-estrutura; padrões ocupacionais (força de trabalho, taxas de emprego, e oferta de trabalho); padrões de vida; perfil patrimonial (tamanho das propriedades, produção por área, tendências fundiárias e valor da terra); consumo de energia (familiar, comércio, serviços, indústria, e órgãos da administração pública).

No que se refere a métricas relativas aos *serviços privados*, podem ser determinados indicadores do: *setor primário* (agronegócios; armazenagem, distribuição e escoamento) em termos de produtividade, participação relativa e fontes de recursos; *setor secundário* (organizações manufatureiras e de transformação industrial) no que tange à produtividade e produção, tipos de transformação, níveis tecnológicos, disponibilidade de matérias primas, e infra-estrutura; e *setor de serviços*, em termos de estrutura econômica, tipos de organizações, formas de comercialização e tecnologia envolvida.

Os aspectos de *saneamento básico e de serviços preventivos de saúde* podem ser mensurados através de indicadores relacionados a: situação geral da saúde pública; assistência médico-hospitalar; saneamento básico; situação de saúde coletiva; e estado nutricional. As *variáveis culturais*, refletidas pelo comportamento humano face à dinâmica do meio ambiente, podem ser aferidas em termos de métricas voltadas à mensuração da: formação étnica; organização familiar de cada segmento social; distribuição do trabalho na unidade familiar; organização comunitária; distribuição dos benefícios do trabalho; tradições e costumes.

A noção de integridade dos ecossistemas é muito complexa e não pode ser expressa por meio de um único indicador exigindo, dessa forma, um conjunto de indicadores em diferentes níveis espaciais e hierárquicos do ecossistema. O mapeamento socioambiental deve contemplar, portanto, o uso de múltiplos indicadores desta espécie. São úteis para divulgar os problemas encontrados e relacionados à complexidade da sustentabilidade. Sinalizam, enfim, diretrizes para os tomadores de decisão, governantes e comunidade em geral na formulação de políticas públicas e planejamento socioambiental.

4.3. Diretrizes de planejamento e outras métricas complementares

Transformações hodiernas que ocorrem no campo tecnológico fazem com que a própria natureza tenha seu valor redefinido, conduzindo áreas como Floresta do Xingu (MT), particularmente ricas em recursos naturais, assumam posição estratégica para a formatação de novo paradigma de desenvolvimento sustentável. Este fato aliado ao intenso processo de transformação do meio físico faz do planejamento socioambiental uma prática imprescindível ao processo de transformação da realidade com vistas ao desenvolvimento sustentável. Desta forma, o mapeamento socioambiental se apresenta como um instrumento para um diagnóstico preciso sobre o ambiente biofísico, socioeconômico e sobre sua organização institucional. Isso, considerando os conflitos sociais, existentes e potenciais, as possibilidades de uso econômico dos recursos naturais e de ocupação do território, incentivando atividades econômicas e o manejo dos ecossistemas com eficiência econômica. Tal abordagem permitiria o acesso do maior número possível de pessoas aos benefícios oriundos do uso dos recursos naturais e respeitando os processos ecológicos essenciais e a capacidade de regeneração dos ecossistemas naturais.

Nesse contexto, o mapeamento socioambiental é também um instrumento de gestão, que integra o conhecimento técnico e científico às distintas propostas dos agentes sociais que intervêm no

território, além de um instrumento de negociação e ajuste entre as diversas propostas de desenvolvimento de uma região. Objetivaria, ainda, identificar os impactos econômicos e sociais, com as respectivas medidas de ajustes de comportamento para suprir as necessidades de saúde, habitação, dentre outros.

Para cumprir seu papel, o mapeamento socioambiental deve ser realizado com base na divisão de uma área geográfica com base nas suas características ambientais, a fim de orientar o estabelecimento de empreendimentos e sua postura frente ao entorno. A divisão da área pode ser efetuada em setores de planejamento, chamados de zonas, com características homogêneas de acordo com o potencial e restrições econômicas ecológicas, onde determinadas atividades de uso e ocupação são ou não permitidas.

As informações integradas em uma base de dados, conforme diretrizes sistêmicas propostas (vide figura 2), classificariam o território segundo as potencialidades e condições de vulnerabilidade. Prestando-se, assim, à racionalização da ocupação de espaços e ao redirecionamento de atividades, subsidiando estratégias e ações do planejamento. Isso fica evidente, conforme diretrizes sistêmicas propostas, na medida em que se mensura indicadores relacionados a unidades de zoneamento socioambiental, em termos de:

extensão da área em ha

extensão total da área analisada

Dessa maneira, por exemplo, tem-se como área legalmente protegida na região uma extensão de 720.108,55 hectares (ha), que dividido pelo total de área de 1.772.678,12 perfaz um indicador de 0,4062 o que significa que 40,6% do município se constitui de reserva nativa a ser preservada.

De forma equivalente, pode-se apurar uma métrica de 0,5654 que corresponde à análise relativa da área de 1.002.192,74 ha. (ocupada pela indústria), dividida pela extensão total de 1.772.678,12 hectares. Interpretado nos contornos do modelo proposto significa que 56,5% da região são áreas de uso, a ser reordenado para atividade produtiva. Ambos indicadores, complementados por outros equivalentes (áreas de uso controlado, terras de mananciais hídricos, etc.) podem subsidiar o mapeamento socioambiental.

As características do ambiente físico, com relevo plano, solos e clima adequado, determinam que o município tenha vocação para essas atividades. Este potencial de uso agropecuário tem estimulado a expansão das fronteiras agrícolas, constituindo

uma forte pressão na implementação efetiva do mapeamento socioambiental.

Os cenários da ocupação humana descritos para cada zona de uso do município de Floresta do Xingu, considerando o padrão de uso da terra, evidenciam a continuidade dos incentivos governamentais para a expansão agrícola, bem como a implantação de novos projetos de assentamentos, determinando alterações no arranjo espacial de uso e ocupação da terra, além de uma grande pressão para a redução das funções ambientais e dos serviços dos ecossistemas proporcionados pelas áreas com vegetação nativa.

Embora apresente um padrão desenvolvimentista socioeconômico bastante complexo, o município de Floresta do Xingu contempla um cenário favorável para estratégias conservacionistas, em função da maior fração do seu território estar ocupada por vegetação nativa. Devido, também, à presença de terras indígenas e das limitações às atividades agrícolas inerentes a baixa fertilidade natural das regiões de cerrado e floresta aluvial.

Este cenário ressalta a necessidade da implementação de um zoneamento ambiental embasado nas características do ambiente físico e conhecimento do uso e ocupação atual da terra, permitindo identificar não apenas as potencialidades de uso agropecuário, mas também as áreas prioritárias à conservação da biodiversidade.

A análise do grau de comprometimento por ocupação humana e da condição de fragmentação da vegetação nativa de cada zona de uso para o município de Floresta do Xingu, subsidiam a elaboração de estratégias para implementar o mapeamento socioambiental, que se apresenta como um instrumento a mais para os tomadores de decisão, públicos e privados, na gestão dos recursos naturais para atender ao desenvolvimento local e regional.

Entretanto, como exemplo da métrica explicitada a seguir, assinala uma condição de conflito entre desenvolvimento e conservação, incompatível com as realidades sociais do território:

extensão da área em ha

extensão total da área analisada

Este indicador pode subsidiar um zoneamento que leve em conta as características geográficas da região que, utilizando os valores referentes a essas áreas, tem-se: áreas protegidas (723.422,59 ha.); uso intensivo (561.753,63 ha.); manejo florestal (276.237,67 ha.); preservação dos recursos hídricos (125.223,70 ha.); uso múltiplo (85.408,90 ha.); área de uso urbano (631,64 ha.), ter-se-iam

indicadores que representariam a distribuição relativa dos diferentes usos do solo e, que poderiam ser considerados no mapeamento socioambiental para delimitar zonas planejadas.

Dividindo esses valores individuais pela extensão da área total (1.772.678,12 hectares), poder-se-ia obter unidades planejadas em termos percentuais: áreas protegidas (0,4081); uso intensivo (0,3169); manejo florestal (0,1558); preservação dos recursos hídricos (0,706); uso múltiplo (0,482), conforme tabela 2.

Tabela 2. Indicador de Mapeamento Socioambiental

Áreas Protegidas	40,81%
Uso Intensivo	31,69%
Manejo Florestal	15,58%
Preservação dos Recursos Hídricos	7,06%
Uso Múltiplo	4,82%

Isso permitiria analisar em detalhes o contexto regional para identificar zona de áreas protegidas criadas que por sua vez apresenta uma grande variabilidade no grau de intervenção das diferentes terras indígenas que a compõem, tornando necessário o desenvolvimento de ações de planejamento que respeitem as especificidades inerentes a cada uma delas.

A implementação do mapeamento socioambiental na escala municipal se configura como uma ferramenta capaz de identificar os eventos ambientais, explicitados separadamente das características de ocupação e diagnosticar situações ecológicas e sociais em transformação. Essa sinalização de indicadores no mapeamento socioambiental induziria para um cenário que facilitaria a adoção de estratégias conservacionistas.

Permitiria visualizar reduções de áreas antes destinadas à utilização do potencial florestal para manejo e outros usos da floresta sem derrubada da mesma e a exclusão de áreas com necessidade de proteção aos recursos hídricos, como as cabeceiras dos rios Xingu, que passaram a fazer parte da categoria que previa o uso mais intensivo.

A expansão da categoria consolidada, pela interpretação conjunta dos indicadores, por exemplo, avançou em cerca de 70% sobre as categorias de proteção aos recursos hídricos e florestas o que demonstra desconsideração sobre os estudos que estabeleceram os limites ecológicos destas áreas.

Esta abordagem evidenciou projeções dos fatores de pressão das atividades humanas, representados pela intensidade de uso da terra, sobre os

ecossistemas naturais que determinam impactos na biodiversidade.

Tais fatores interferem, inclusive, na disponibilidade de bens e serviços ambientais proporcionados às *sociocomunidades* locais (aldeias, vilas, cidades e assentamentos, etc.). Este contexto, afeta a diversidade de paisagens, e evidencia como os instrumentos de planejamento territorial, representado pelo zoneamento socioeconômico ecológico, são influenciados, e impactam as condições dos ecossistemas do município de Floresta do Xingu.

Os resultados demonstraram duas principais tendências temporais na transformação da paisagem: a redução de 18% da área total dos ecossistemas naturais, em suas diversas fitofisionomias, e aumento de 18% da área total das diferentes formas de ecossistemas antropogênicos agrícola. Estas mudanças temporais e espaciais são resultantes das ações desenvolvimentistas regionais prioritariamente relacionadas à expansão agrária baseada em métodos intensivos.

Os indicadores utilizados refletiram aspectos-chave da interação natureza-sociedade em termos das conseqüências da intensidade do uso da terra na perda de *habitat*, da naturalidade e da qualidade da paisagem. Além disso, tornaram-se úteis para divulgar os problemas relacionados à complexidade da sustentabilidade da paisagem do município de Floresta do Xingu para os tomadores de decisão e ao público em geral.

Nesta perspectiva é necessário que as discussões a cerca do mapeamento socioambiental da região avancem e envolvam a sociedade civil organizada, técnicos e gestores públicos, promovendo o debate e a disseminação da informação científica à luz das políticas de planejamento territorial, contemplando a complexidade e a dinâmica socioeconômica, ambiental e cultural.

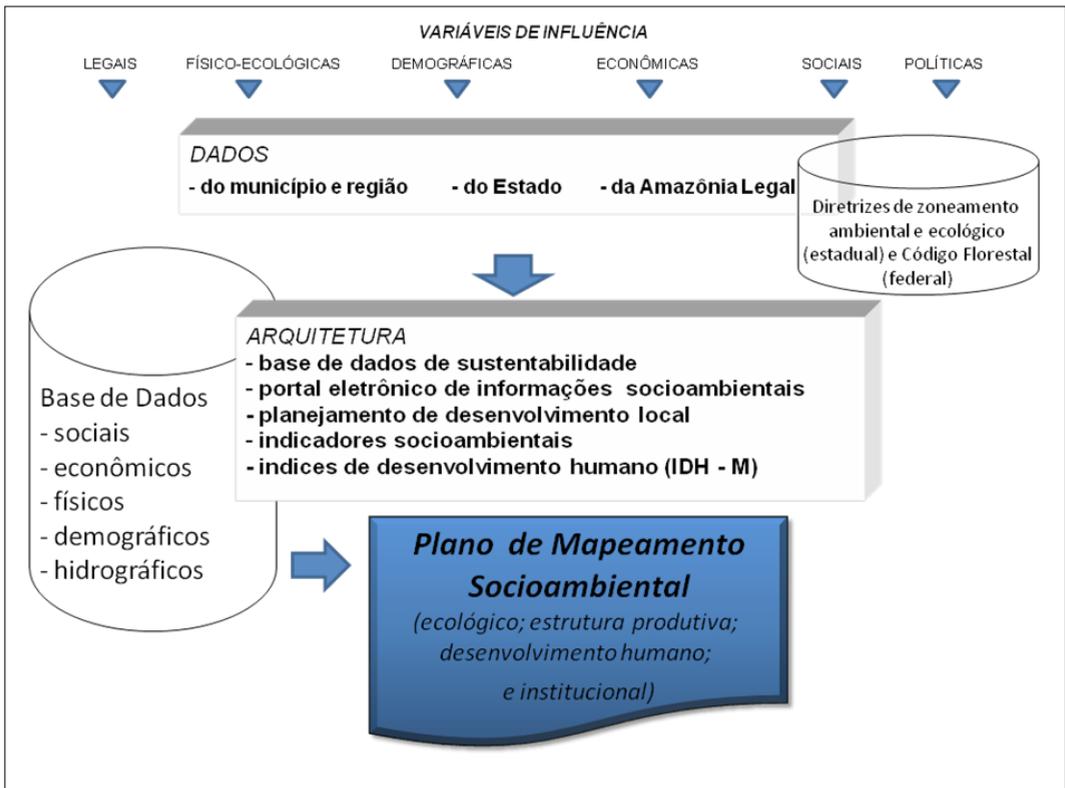
Assim, o desafio que se coloca é como compatibilizar a expansão econômica com os princípios da sustentabilidade social e ambiental de modo a conduzir a um desenvolvimento sustentável.

Esta proposta de diretrizes sistêmicas para o mapeamento socioambiental se depara com um dos grandes dilemas acerca dos debates sobre desenvolvimento sustentável em sua dimensão política; o da conservação da natureza *versus* crescimento econômico, cujo foco vem sendo a biodiversidade.

o dilema é especialmente difícil de superar na região, uma vez que o eixo do controle de recursos no âmbito de um processo de apropriação territorial possui sérios efeitos conflitantes nas relações sociais.

Isso, baseado no conjunto de indicadores propostos para avaliação do grau de ocupação humana e na condição da fragmentação da vegetação nativa das zonas de uso categorizadas para o município de

Fig. 2: Arquitetura da base de dados do município



Floresta do Xingu (MT) no contexto de um possível planejamento socioambiental.

O mapeamento socioambiental (zoneamento, regulação e instrumentos de monitoramento), portanto, visou preservar o capital natural da região abrangida pelo estudo. Objetiva proporcionar integração e suporte à esfera pública (prefeituras locais, governo estadual e federal) para o desenvolvimento e implementação de ações socioambientais.

Tal enfoque induziria à minimização da ocupação espacial desordenada do município de Floresta do Xingu e região que, historicamente, tem apresentado usos da terra bastante predatórios.

Tal cenário justificaria uma oportuna reflexão sobre as possibilidades de intervenções planejadas e integradas, conforme sinalizada pela diretrizes arquitetura aqui proposta.

4.4. Arquitetura conceitual da base de dados socioambientais

Para cumprir seu papel, o mapeamento socioambiental é delineado em uma base de dados (vide

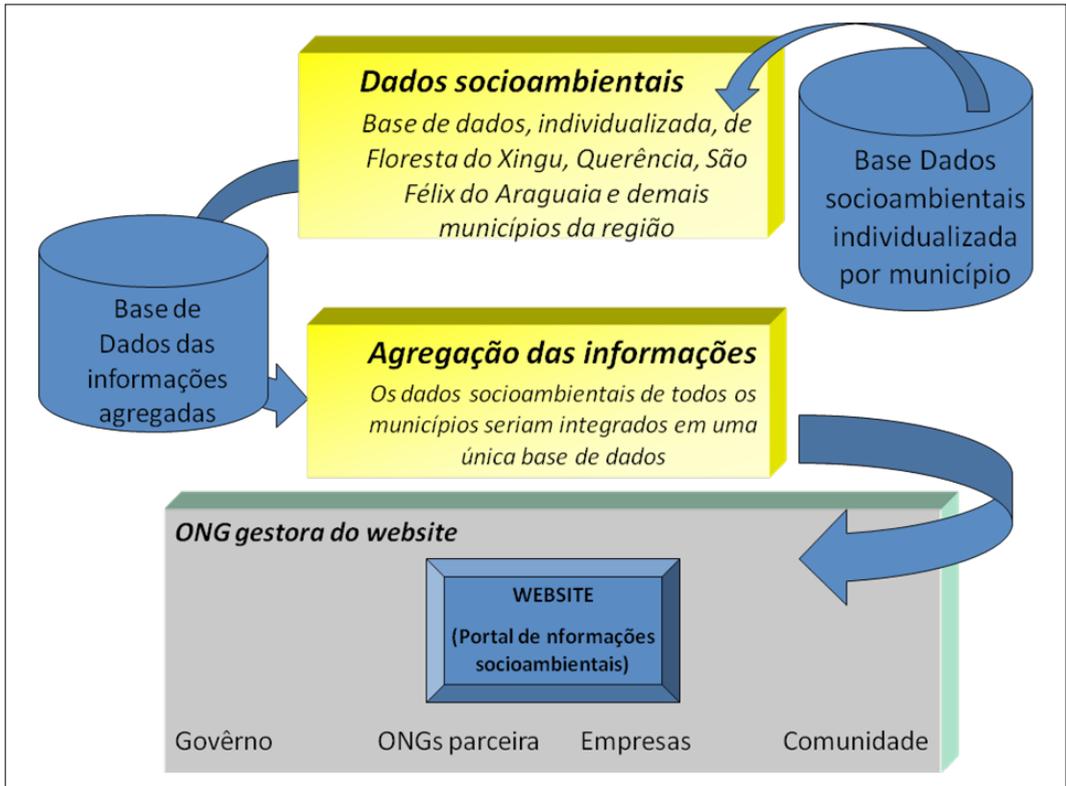
figura 2), realizado com base na divisão de uma área geográfica com base nas suas características ambientais, a fim de orientar o estabelecimento de empreendimentos e sua postura frente ao entorno.

A divisão da área pode ser efetuada em zonas, com características homogêneas de acordo com o potencial e restrições econômicas ecológicas, onde determinadas atividades de uso e ocupação são ou não permitidas.

A utilização da paisagem como unidade ambiental permite a delimitação de unidades homogêneas, dando-lhes um caráter menos abstrato.

Essas unidades homogêneas definem-se por apresentar características funcionais, morfológicas e dinâmicas bastante semelhantes, que permitem individualizar padrões do cenário natural.

A proposta é disponibilizar na base de dados, preliminarmente, informações socioambientais do município de Floresta do Xingu e, posteriormente, na fase seguinte, informações agregadas da região. As informações de sustentabilidade até então concebidas, são integradas em uma base de dados classificam o território segundo as potencialidades

Fig. 3: Base de dados com informações agregadas da região

e condições de vulnerabilidade, prestando-se à racionalização da ocupação de espaços e ao redirecionamento de atividades, subsidiando estratégias e ações do planejamento.

Os conceitos e diretrizes sistêmicas incorporadas na arquitetura da base de dados do município (vide figura 2) permitiriam manter dados relativos aos fatores: a) **ecológico**, onde o conceito central é o da capacidade de suporte dos recursos naturais (renováveis e não renováveis); b) **estrutura produtiva** como resultado direto do grau de desenvolvimento tecnológico, da infra-estrutura existente, da capacidade funcional dos trabalhadores; c) **desenvolvimento humano**, baseado no conceito de qualidade de vida, que considera os aspectos demográficos, o acesso a terra, o emprego, os serviços básicos (educação, saúde, moradia, saneamento básico); d) **institucional** que considera o nível de organização da sociedade local.

A base de dados do município conteria, ainda, informações relativas aos indicadores socioambientais e índice de desenvolvimento humano municipal – IDH-M (índice com enfoque regional, inspirado

no macro IDH do país). As demais prefeituras dos municípios da região, em estágio posterior, podem se apoiar, nos conceitos do IDH, que parte do pressuposto de que para aferir a evolução de uma comunidade não se deve considerar apenas a dimensão econômica, mas também outras características sociais, culturais e políticas que influenciam a qualidade da vida humana. O uso do IDH oferece um contraponto a outro indicador muito utilizado, o Produto Interno Bruto – PIB, per capita, que considera apenas a dimensão econômica do desenvolvimento. No país, tem sido utilizado pelos governos federal e municipal, pode ser consultado no Atlas do Desenvolvimento Humano no Brasil.

Esse plano de mapeamento socioambiental estruturado para o município de Floresta do Xingu, portanto, poderia ser replicado para todos os municípios da região (vide figura 3). Isso permitiria configurar um zoneamento integrado de toda região da Amazônia Legal abrangida pelo estudo.

As informações de sustentabilidade são geradas a partir da base de dados criada para o município (vide figura 2) e que nessa fase são agregados

dados dos demais municípios que compõem a região objeto do estudo. O website disponibilizaria informações para as instituições públicas (Governo), organizações não governamentais conveniadas, organizações privadas e comunidade em geral. Isso para fomentar o intercâmbio de informações, enfatizando a necessidade de trabalhar na recuperação ambiental.

Este tipo de portal eletrônico objetivou o intercâmbio de informações, com a finalidade de concentrar e distribuir informações. Foi concebido com a ferramenta DSpace como base para o repositório digital (Data Provider) permitindo o armazenamento de qualquer tipo de documento, possuindo, ainda, mecanismos de busca apoiados em uma base de dados de indexadores, possibilitando a interoperabilidade de serviços de informações, através de protocolo internacional.

Esta plataforma foi escolhida para implementar o portal eletrônico de informações socioambientais em Floresta do Xingu e região, pelo fator de ser software livre, disponibilizando código fonte para modificações e desenvolvimento das necessárias funcionalidades requeridas pelo portal. Na sua concepção e seguindo as diretrizes sistêmicas propostas, foi projetado com o objetivo de evitar a duplicidade de dados, proporcionando a minimização do consumo de banda e do volume de dados armazenados nas instituições (apenas os metadados dos arquivos armazenados).

O portal foi estruturado em duas dimensões, que são provedores de dados e o provedor de serviços, para fornecer os dados socioambientais planejados. O provedor tem a característica de poder ficar instalados em qualquer instituição/ organização que desejar armazenar dados socioambientais do projeto abordado. Foi dividido, basicamente, em fatores de sustentabilidade, em termos de: aspectos humanos das comunidades indígenas e de não-índios; hidrogeologia e geologia regional; monitoramento e qualidade dos recursos hídricos; ambiente físico e habitat; usos do solo e sua distribuição espacial; tecnologias agroindustriais; arcabouço legal e jurídico; políticas públicas; educação e difusão do conhecimento. Esses fatores e disciplinas temáticas foram efetivados, inicialmente, para posterior complementação de novas áreas, pelo o gestor do portal (ONG a ser concebida para este fim), conforme explicitado no tópico seguinte, na medida de sua operacionalização. O portal eletrônico (website), além de permitir buscas em sua base local possui, também, um processo de busca distribuída, proporcionada pelos mecanismos implementados.

5. Conclusões

Foi proposto um modelo de planejamento socioambiental, concebido a partir da análise de indicadores de sustentabilidade, para o município de Floresta do Xingu e entorno. O modelo delineou os contornos de um mapeamento socioambiental, visando identificar os efeitos da intensidade do uso da terra. Determinou, também, a influência das relações estabelecidas pelas comunidades locais (terras indígenas e projetos de assentamentos) na perda de habitat, qualidade ambiental da vegetação e dos recursos hídricos.

Nesta perspectiva este estudo analisou a estrutura da paisagem do município de Floresta do Xingu, em uma escala de observação que contemplou o mapeamento de vários aspectos ecológicos, associado às mudanças, espacial e temporal, dos usos e ocupação do solo da região enfocada. Estudou a relação entre as alterações na cobertura da terra ocorridas, a classificação dos ecossistemas da área de estudo, e o uso de indicadores de sustentabilidade na perspectiva de evidenciar os efeitos da intensidade do uso da terra no padrão espacial e temporal. E avaliou, também, o contexto em que ocorrem a perda de habitat, e da condição da naturalidade e qualidade e vulnerabilidade ambiental, para compreender o comprometimento das áreas ecológicas que proporcionam serviços dos ecossistemas. Identificou-se, ainda, um padrão espacial dos ecossistemas e dos limites da sustentabilidade ecológica da região. Os resultados obtidos aprofundaram os conhecimentos da condição da estrutura e da dinâmica do uso da terra, indispensável ao mapeamento socioambiental.

Como uma proposta de arquitetura sistêmica, embasada empírica e cientificamente, concebeu-se um portal eletrônico com informações socioambientais sobre a região. O portal eletrônico, como instrumento de mídia na rede mundial – internet, disponibilizaria para a comunidade, informações sobre a região, localizada na bacia hidrográfica do rio Xingu, conhecida como arco de desmatamento da Amazônia Legal.

As inferências advindas da implementação desse modelo, auxiliariam governantes e gestores públicos na formulação de arranjos espaciais para a região e país, visando identificar áreas prioritárias à conservação da biodiversidade. Permitiriam, portanto, a otimização da gestão dos recursos naturais, de forma a atender ao desenvolvimento local e regional, na perspectiva da sustentabilidade e melhoria da qualidade ambiental.

Referências bibliográficas

Brasil. 1965. Governo Federal. Lei n.º 4.771, de 15 de setembro de 1965. “Institui o Código Florestal”, Brasília.

- Brasil 2011. Ministério do Meio Ambiente. “Programa Zoneamento Ecológico-Econômico”. PROBIO - Projeto de Conservação e Utilização Sustentável da Diversidade Biológica Brasileira. Brasília: MMA.
- FAPESP. 2012. Fundação de Amparo à Pesquisa do Estado de São Paulo. “Uma estrada, muitas florestas”. Revista no. 191 de janeiro de 2012. Disponível em www.revistapesquisa.fapesp.br. Acesso em 12.01.12.
- Fearnside, P. M. 2005. “Indigenous peoples as providers of environmental services in Amazonia: Warning signs from Mato Grosso”. pp. 187-198. In: A. Hall (ed.) Global Impact, Local Action: New Environmental Policy in Latin America, University of London, School of Advanced Studies, Institute for the Study of the Americas, London, U.K. 321 pp.
- IBGE – Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. 2010. “Censo Demográfico 2010”. Disponível em www.ibge.gov.br. Acesso em janeiro de 2012.
- INPE. Instituto Nacional de Pesquisas Espaciais. 2011. “Projeto Prodes. Monitoramento da floresta amazônica brasileira por satélite”. Disponível em <http://www.obt.inpe.br/prodes/>. Acesso em agosto de 2011.
- Mato Grosso. 2007. Secretaria de Estado de Planejamento e Coordenação Geral. “Anuário Estatístico de Mato Grosso – 2006”, v. 28. Cuiabá.
- Millennium Ecosystem Assessment. 2005. “Ecosystems and Human Well-Being: Synthesis”. Island Press, Washington, DC.
- OECD – Organization for Economic co-Operation and Development. 2011. “Core set of Indicators for Environmental Performance Reviews”. A synthesis report by the Group on the State of the Environment. Environment Monographs N° 83. Paris: OECD, 1993. Disponível em: <http://lead.virtualcentre.org/en/dec/toolbox/Refer/gd93179.pdf>. Acesso em 30 abr.
- PNUD – Programa das Nações Unidas para o Desenvolvimento. 2011. “Relatório de Desenvolvimento Humano 2007/2008”. Combater as alterações climáticas; Solidariedade humana num mundo dividido. PNUD, UN Plaza, New York. Acesso em: 01 fev. 2011. Disponível em: http://www.pnud.org.br/arquivos/rdh/rdh20072008/hdr_20072008_pt_complete.pdf
- PNUD – Programa das Nações Unidas para o Desenvolvimento. 2011. “Atlas do Desenvolvimento Humano”. Disponível em: <http://www.pnud.org.br>. Acesso em 06.03.2011.
- Santos, R. M. dos. 2011. “Padrão temporal e espacial das mudanças de usos da terra e cenários para a conservação da biodiversidade regional do município de São Félix do Araguaia, MT”. Universidade Federal de São Carlos – UFSCar, São Carlos, 2011. Acesso em: 12.01.12. Disponível em: www.lapa.ufscar.br.
- Secretariat of the Convention on Biological Diversity. 2006. “Global Biodiversity Outlook 2”. SCBD, Montreal.
- Selltiz, C. et al. 1987. “Métodos de pesquisa nas relações sociais”. São Paulo: Herder,
- Tachizawa, T. 2012. “Gestão Ambiental e Responsabilidade Social Corporativa”. 7ª edição. São Paulo: Atlas.
- WBCSD - World Business Council for Sustainable Development. 2011. “Vision 2050: the new agenda for business”. Acesso em 11.02.11. Disponível em: www.wbcsd.org
- Yin, R.K. “Estudo de Caso: planejamento e métodos”. 4ª. edição. Porto Alegre: Bookman, 2010.

Recibido: 20/05/2013
Reenviado: 01/12/2014
Aceptado: 07/04/2014
Sometido a evaluación por pares anónimos



TMS ALGARVE 2014 – MANAGEMENT STUDIES INTERNATIONAL CONFERENCE

Algarve, Portugal

November 26, 2014 – November 29, 2014

The **School of Management, Hospitality and Tourism** of the **University of the Algarve** and the **Tourism & Management Studies** journal are organizing the **TMS ALGARVE 2014: MANAGEMENT STUDIES INTERNATIONAL CONFERENCE**, which will be held on the 26th, 27th, 28th and 29th of November 2014. The main theme of the conference is: **NEW CHALLENGES, STRATEGIES AND TRENDS**. This conference will focus on a wide variety of topics related to Management, aiming to encourage inter-disciplinary and comparative approaches and stimulate research and dissemination of scientific knowledge. It is also our aim to promote scholarly cooperation and collaborative work among researchers from different countries.

Support Contact

TMS – Management Studies International Conference

Email: tms2014@esghtconferences.org

Modelización de consumos de agua y energía en hoteles de sol y playa

Gregorio Escalera Izquierdo* Amelia Pérez Zabaleta
Luis Vicente Vizcaíno Pérez*****

UNED (España)

Resumen: El propósito de este artículo es el desarrollo de un método que permita a una cadena hotelera conocer el consumo actual y óptimo de sus hoteles, tanto de agua como de energía, uno a uno o por áreas, desarrollando una herramienta objetiva para obtener una disminución en sus suministros.

Partimos de datos históricos de consumo en hoteles con estudiadas características comunes, creando un modelo matemático del consumo actual para cada hotel y para el conjunto de hoteles.

Se obtienen modelos de consumo de agua y energía en función de la ocupación mediante regresiones lineales, validados por el cuadrado del coeficiente de correlación de Pearson y obteniendo un modelo hiperbólico final con un simple cambio de variable.

Los modelos óptimos se calculan sin más que tomar como datos los valores mínimos de una serie de intervalos de ocupación.

Palabras Clave: Cadena hotelera, Modelo económico, Consumo de agua, Gestión, Sistema ERP.

Modeling water consumption and energy in sun and beach hotels

Abstract: The purpose of this article is to develop a method to possibility a hotel chain to know optimal and current water and energy consumption of its hotels, one by one or in areas so that their managers have an objective tool to obtain a reduction in their consumption supplies.

In order to develop the method of development of the models, we begin with historical data of consumption of hotels with common studied characteristics, modeling current consumption for each hotel and the group of hotels.

Mathematical models of water and energy consumption based on occupation are obtained by linear regressions, validated by the square of the Pearson correlation coefficient, and obtaining a final hyperbolic model by a simple change of variable.

The optimal models are calculated simply by taking the minimum values of a series of intervals of occupation, as data.

Key Words: Hotel chain, Economic model, Water consumption, Management, ERP system.

Clasificación JEL: C02, C81, C91, C92.

1. Introducción

Los consumos de agua y energía constituyen la segunda partida más relevante de costes en los

establecimientos hoteleros, después de los gastos de personal.

Queda patente que el éxito en la gestión un establecimiento hotelero está estrechamente ligado

* Facultad CCEE, departamento de Organización de Empresas. UNED Profesor contratado, doctor; E-mail: gescalera@cee.uned.es

** Facultad de CCEE, departamento de Economía Aplicada. Profesor titular. UNED

*** Ingeniero de minas, es gerente de inversiones y mantenimiento, de varias cadenas desde hace 13 años y actualmente, en excedencia, de la cadena hotelera Bluebay. Funcionario de carrera, jefe de servicio de Vicepresidencia Económica de la CA de Islas Baleares; E-mail: lvizcaino@dindust.caib.es

a la implantación de un sistema de control de consumos fiable y objetivo sin disminuir el confort de los clientes.

Además de los beneficios financieros, la reducción del consumo de energía y agua da lugar a ventajas sociales y ambientales. La cada vez mayor concienciación pública sobre estos temas ha contribuido a una mayor exigencia por parte de los clientes sobre los aspectos ambientales de los hoteles. Por lo tanto, la adopción de técnicas de gestión de energía y agua eficientes realza la reputación de un hotel y ayuda a atraer más clientes, además de formar parte de la estrategia de mejora continua de cualquier Sistema de Gestión Medioambiental.

Este artículo define un método que permite modelizar el consumo de agua y energía en establecimientos turísticos. Se ha tomado como ejemplo datos de consumo mensuales de agua de hoteles de tres estrellas de sol y playa en Baleares y Canarias en edificación en altura.

Sin más que elegir correctamente los establecimientos de otro segmento hotelero cualquiera, el método es completamente reproducible.

Los datos se han obtenido mediante solicitudes directas a las centrales y a directores de distintas cadenas. Se ha seleccionado una muestra de once hoteles y apartamentos cuyas características son similares. Los establecimientos son: el hotel Roc Linda, el hotel Roc Leo, el hotel BelleVue Lagomonte, el hotel y apartamentos BelleVue Belsana, los apartamentos Bellevue Club y el hotel BelleVue Vistanova, en Mallorca, así como los apartamentos Aquarius, hotel Bahía Flamingo, apartamentos Puerto Tahiche, apartamentos Lanzarote Bay y los apartamentos Teguisse Golf, en Canarias.

Se analizan tanto los consumos totales de agua como los específicos por persona y día del año 2003 al 2013, ambos inclusive. Los más importantes desde un punto de vista práctico son los consumos específicos, pues permiten la comparación entre hoteles cuyo número de plazas de capacidad es distinto.

2. Antecedentes

Existen en la actualidad programas informáticos de gestión que racionalizan el tratamiento de la información que se utilizan en hostelería, llamados programas de planificación de recursos empresariales (ERP). Son aplicaciones informáticas que permiten gestionar todos los procesos de negocio de una compañía de forma integrada, tal y como los define Florencia Chiesa en su artículo Metodología para selección de sistemas ERP (2004). Con ellos, se puede gestionar la información de averías

procedente de los distintos departamentos, los resultados de gasto tanto en personal e incidencias, como en materiales, llegando hasta el detalle del control de los stocks de piezas de recambio que hay en el almacén.

En el caso del consumo de agua y energía, los ERP simplemente permiten introducir datos diarios de contadores y análisis de consumos mensuales y por persona, pero no calculan el modelo matemático de consumo del propio hotel y mucho menos el modelo de objetivo de consumo de agua de la cadena ni de cada hotel en particular, en función del consumo de agua por habitación ocupada, consumo de agua por cubierto, por metro cuadrado de jardín y por volumen de piscina, por ejemplo.

En hostelería se diseñan programas de ahorro por cadena en ocasiones como parte de medidas medioambientales dirigidos muchas veces por el departamento de calidad. Las bases de datos obtienen información de operaciones que se realizan sobre programas de planificación de recursos empresariales (ERP).

Por ejemplo, la cadena Sol Meliá en su Memoria de sostenibilidad 08, produce tres tipos de informes, adaptados para acceder a los distintos niveles y facilitar su análisis: Informe mensual para personal base de hotel, Informe de consumos de energía e Informe comparativo promedio de emisiones de dióxido de carbono.

También en su «Memoria anual 2009», en cuanto a energía y sostenibilidad, Sol Meliá indica la necesidad de un histórico de cinco años para que sus bases de datos sean útiles. Con estos datos la cadena realiza un ejercicio comparativo de los valores de consumo acumulado promedio de los años 2007 a 2009 frente a los valores de los años 2004 a 2006, para porcentajes similares de ocupación. Ninguno de estos estudios llega a obtener un modelo matemático de consumos.

Algunos autores han tratado de obtener modelos de consumo. Así, el artículo «Herramientas para la gestión energética empresarial», Monteagudo Y., et al.(2005) describe un sistema en el que, sin ningún filtrado de datos ni segmentación por tipo de hotel, se obtiene una recta de consumos respecto ocupación exclusivamente energéticos, como una parábola índice de consumo con respecto a ocupación sin llegar a obtener las curvas óptimas.

El artículo «Reflexiones sobre el consumo energético en el sector hotelero cubano»(2003), de Cabrera, O., define regresiones lineales de consumo energético con respecto al número de cuartos ocupados, obteniendo los índices de regresión de las mismas, concluyendo que hay otros factores, además de la ocupación, que tienen influencia en el consumo de las instalaciones hoteleras, que son el clima, la categoría del hotel y el tipo de turismo.

En la tesis doctoral de Rivero Rodríguez, P., dirigida por el Dr. Trujillo Armas, J., titulada «Racionalización energética en instalaciones hoteleras: análisis para un nuevo proyecto técnico basado en la “cogeneración” (1998), mediante la optimización de las curvas de demandas térmicas y eléctricas integradoras de los servicios de agua caliente, frío, desalación de agua de mar y electricidad de un “hotel tipo”. Estudio realizado en Canarias se describen curvas de consumo horario de energía y, en base a las mismas, un modelo de hotel, definiendo diversas fórmulas energéticas de consumo según los segmentos de consumo básicos, por ejemplo, el lavavajillas.

Molina J. et al., en su «Estudi del consum d'aigua als edificis de la regió metropolitana de Barcelona» (2004) estudia los porcentajes de ahorro previsto en relación a las distintas medidas clásicas generalistas de ahorro de agua.

Es interesante el artículo de Cruz Vicente, M.A., «Obtención de la curva de demanda de agua turística para Acapulco, Guerrero» (2011) en el que sí se obtiene un modelo matemático basado en la teoría económica de la demanda para dos zonas de Acapulco. Se trata de un modelo logarítmico con unidades número de cuartos ocupados por litros consumidos, en función de otras variables también logarítmicas. Sin embargo, agrupa los hoteles exclusivamente por su localización, sin tener en cuenta otras variables para discernir diferentes tipos de hoteles, como la influencia de la altura del edificio hotelero.

En su estudio de usos y ahorros de agua en hoteles en Hong Kong de Shi-Ming, D. y Burnett, J. (2002), se utiliza un análisis de regresión múltiple para estudiar las variables que influyen en el consumo de agua de un hotel de ciudad.

Sin embargo, en el resto de la industria el modelado de consumos es algo habitual. Así, el modelado de sistemas energéticos, eléctricos, en procesos industriales es ampliamente recogido en la bibliografía. Por ejemplo, los modelos de suministro energético de bucle abierto de Samoulidis, J.E. 1980; el modelo de programación lineal de la industria eléctrica americana de Hillsman et al., 1988; modelos que permiten análisis de una sola planta a partir de modelos de una industria de Pilati y Sparrow, 1980, el modelo de análisis de recursos energéticos desarrollado para la industria del gas de EEUU TERA cuyo uso general es descrito por Limaye y Sharko, en 1974; revisiones actualizadas de modelos estratégicos como el descrito por Plackett et al. 1982, el modelo de programación lineal dinámico de recursos energéticos de Rapoport, 1975 o el documento de revisión de modelización energética de Jebaraj, S. et al. 2006.

Señalar también los llamados modelos ingenieriles (bottom-up), que consiguen representar con detalle un sistema energético, considerándolo como un conjunto de tecnologías de producción, distribución y demanda final de energía que compiten entre sí (Hidalgo González, I., 2005) y utilizan herramientas matemáticas muy diversas, entre las que cabe citar los gráficos de control, los gráficos de consumo y de producción en función del tiempo, los diagramas de consumo frente a producción, los gráficos de consumo específico frente a producción, los diagramas de Pareto y los sistemas de control mediante normas UNE. De todas estas herramientas, las extrapolables para el diseño de un modelo ingenieril de consumo de agua en hostelería, serían la obtención de gráficos de consumo frente a producción y los de consumo específico frente a producción, tal y como veremos más adelante.

Por último, señalar modelos de metafrontera, como los que ya usa para medir eficacias entre grupos diferentes de hoteles, aunque exclusivamente en cuanto a variables ambientales y tecnológicas Assaf, A. et al. 2010.

Así pues y en contraste con lo que ocurre en el resto de la industria, no hay modelos en hostelería que permitan valorar de forma precisa la eficiencia de un hotel en lo que respecta a su consumo óptimo; mucho menos hay modelos que permitan valorar dicha eficiencia para un grupo de hoteles. Todo se basa en la intuición que nace de la experiencia del gestor a lo largo de los años sobre todo en hoteles particulares aunque también en grandes cadenas, intuición que no puede sino plasmarse en unas valoraciones necesariamente imprecisas y no del todo objetivas.

3. Características de los establecimientos turísticos estudiados

El primer paso para la modelización del consumo de una cadena es la segmentación de sus hoteles en grupos similares según su consumo típico.

En este artículo se ha tratado de elegir unos hoteles lo suficientemente homogéneos para poder ser comparables entre sí. Los hoteles estudiados tienen unas características similares. Son establecimientos de sol y playa, de igual categoría, tipo de construcción, parecida antigüedad y bajo la disciplina de una cadena hotelera, con lo que se trata de definir así un segmento concreto de la hostelería.

El establecimiento hotelero tipo estudiado es un hotel o apartamento de tres estrellas o tres llaves en Baleares y también en Canarias, de construcción similar en estructura de hormigón

armado, bloque de hormigón y piedra de marés, con al menos veinte años de edad y perteneciente a una cadena hotelera española.

Se ha tratado de que la muestra elegida sea también diferente en algunas características que no influyen significativamente en la homogeneidad de resultados por no tener apenas influencia en los consumos de agua en relación a la ocupación. Tal y como puede verse en el Cuadro 1 y en el Cuadro 2, se han tomado establecimientos situados tanto en Canarias como en Baleares, lo que influye en

las necesidades de riego, o de aire acondicionado, y se han elegido no sólo hoteles sino también apartahoteles, entre otras diferencias.

Por lo tanto, y a pesar de ser solamente una muestra de once hoteles, se ha tratado de que sean lo suficientemente diferentes entre sí como para que se pueda hacer una valoración preliminar del modelo de establecimiento hotelero tipo, mediante la comprobación de la afectación del mismo por las características diferenciales de cada hotel concreto.

CUADRO 1: Datos generales de los centros de trabajo en Mallorca

Tipo centro trabajo	Hotel	Hotel	Hotel y aptos	Aptos	Hotel	Hotel
<i>Nombre</i>	Linda	Leo	Belsana	Bellevue Club	Vistanova	Lagomonte
<i>Ubicación (Mallorca)</i>	Can Pastilla	Can Pastilla	Porto Colom	Alcudia	Punta Ballena	Alcudia
<i>Cadena hotelera</i>	Roc	Roc	Bluebay	Bluebay	Bluebay	Bluebay
<i>Estrellas/llaves</i>	3	3	3	3	3	3
<i>Año edificación</i>	1971	1968	1986	1982	1969	1970
<i>Tipo Edificación</i>	Altura	Altura	altura	Altura	Altura	Altura
<i>Número edificios</i>	1	1	2	18	1	1
<i>Número de plantas</i>	5	5	5	8	8	6
<i>Número habitaciones</i>	189	285	100	1474	198	272
<i>Habitaciones dobles</i>	189	275	63	1474	172	245
<i>Habitaciones personal</i>	4	0	4	25	0	0
<i>Capacidad total pax/mes</i>	11250	18000	7500	139050	12300	25500
<i>m² jardines</i>	600	200	0	250000	300	1600
<i>m² jardines/habitación</i>	3,17	0,70	0,00	169,61	1,52	5,88
<i>m² total piscinas</i>	180	350	250	2450	220	450
<i>m² piscina/habitación</i>	0,95	1,23	2,50	1,66	1,11	1,65
<i>Spa</i>	No	No	Sí	No	No	No
<i>Distancia playa (m)</i>	250	150	500	800	50	1200
<i>Variador frecuencia</i>	Sí	No	No	No	Sí	No
<i>Tipo tuberías</i>	PPR	PPR	PEX	Hierro y PEX	PEX	PEX
<i>Aire acondicionado</i>	Sí	Sí	Sí	No	Sí	Sí
<i>Combustible ACS</i>	Gasóleo	GN	GLP	GLP	GLP	Gasóleo
<i>Acumulación ACS m³</i>	12	12	10	64	12	18
<i>Lavandería funcionando</i>	No	No	No	No	Sí	Sí
<i>Periodo estudiado</i>	2003-2008	2003-2008	2003-2012	2003-2012	2003-2012	2003-2012

Fuente: Elaboración propia.

CUADRO 2: Datos generales de los centros de trabajo en Canarias

Tipo centro trabajo	Hotel	Hotel	Hotel y aptos	Aptos	Hotel
<i>Nombre</i>	Aquarius	Bahía Flamingo	Lanzarote Bay	Puerto Tahiche	Teguise Golf
<i>Ubicación (Canarias)</i>	Lanzarote	Tenerife	Lanzarote	Lanzarote	Lanzarote
<i>Cadena hotelera</i>	Bluebay	Hotetur	Bluebay	Luabay	Blue Sea
<i>Estrellas/llaves</i>	3	3	3	3	3
<i>Año edificación</i>	1989	1993	1988	1990	1987
<i>Tipo Edificación</i>	Altura	Altura	altura	Altura	Altura
<i>Número edificios</i>	1	1	2	2	1
<i>Número de plantas</i>	4	3	3	3	3
<i>Número habitaciones</i>	189	141	188	243	138
<i>Habitaciones dobles</i>		141			
<i>Habitaciones personal</i>	0	0	0	0	0
<i>Capacidad total pax/mes</i>	12787	8520	18600	20455	13572
<i>m² jardines</i>	240	160	560	50	1150
<i>m² jardines/habitación</i>	1,27	1,13	2,98	0,21	8,33
<i>m² total piscinas</i>	500	200	500	650	235
<i>m² piscina/habitación</i>	2,65	1,42	2,66	2,67	1,63
<i>Spa</i>	No	No	Sí	No	No
<i>Distancia playa (m)</i>	55	40	350	30	400
<i>Variador frecuencia</i>	Sí	No	No	Sí	Sí
<i>Tipo tuberías</i>	PVC	Cobre	PVC	PVC	PVC
<i>Aire acondicionado</i>	No	No	Sí	No	No
<i>Combustible ACS</i>	Termos	Termos	GLP	GLP	GLP
<i>Acumulación ACS m³</i>	0	0	18	12	12
<i>Lavandería funcionando</i>	No	No	No	No	No
<i>Periodo estudiado</i>	2003-2013	2004-2008	2003-2013	2004-2008	2004-2005

Fuente: Elaboración propia.

4. Planteamiento

El segundo paso del método, tras la elección correcta de los hoteles, es la obtención de datos de consumo.

La forma elegida de obtención de datos es la más sencilla en hostelería. En concreto son los datos proporcionados por el departamento de Mantenimiento en cuanto a consumos mensuales del hotel.

Los consumos totales y específicos, que se denotarán por las letras a mayúscula y minúscula respectivamente, están tabulados para cada mes tal y como muestra el Cuadro 1. Los consumos

específicos se miden en litros por persona y día, y los totales en litros. De la misma manera, todos los consumos energéticos, se miden en kWh. Se realizará el estudio con el caso del agua, y después se generalizará para el resto de energéticos, comprobando el resultado de la aplicación del método, aquí definido, para el caso de la electricidad.

El tercer paso es un filtrado sencillo de datos. Se descartan los correspondientes a los meses en los que los hoteles han estado cerrados y los que denotan errores de lectura evidentes.

El cuarto paso es obtener la relación de consumo de agua y energía en función del número de pernотaciones y del nivel de ocupación mediante regresión lineal, para después, y con un simple cambio de variable, obtener la curva hiperbólica correspondiente al consumo de agua y energía por persona y día.

El análisis de los datos se dividirá en dos grandes categorías: consumo de agua y energía para cada hotel y consumo correspondiente al grupo de hoteles. El primero caracteriza el consumo de agua de cada hotel; permitiendo, en principio, predecir o valorar sus consumos propios. Los análisis de la segunda categoría agrupan los datos correspondientes a todos los hoteles para, a continuación, obtener relaciones empíricas que proporcionan una visión general del consumo del grupo de hoteles estudiado.

Todas las relaciones empíricas se obtendrán para los consumos normales y óptimos, en las condiciones técnicas actuales de los hoteles estudiados

Los consumos normales incluirán todos los consumos que hayan pasado los filtros previos. Los consumos óptimos se obtendrán, efectuada una partición de la variable independiente según intervalos correspondientes a incrementos de ocupación del 10%, y tomando el valor mínimo de consumo en cada intervalo.

Por lo demás, el tratamiento de estos datos de consumo óptimo será, en cada caso análogo a su homólogo para consumos normales.

El cuarto paso será la comprobación de la relación lineal entre el consumo mensual de agua y el número de pernотaciones. En tal caso, el consumo de agua podría expresarse mediante una recta como la indicada en la fórmula 1:

Fórmula 1: Recta de consumo mensual de agua y energía y número de pernотaciones.

$$A = m^A \cdot P + A^F$$

- m^A : pendiente de la recta empírica obtenida para cada hotel.
- A : consumo bruto mensual de agua (L/mes o kWh/mes).
- P : número de pernотaciones en un mes (pax/mes).
- A^F : consumo fijo de agua en un mes (L/mes o kWh/mes)

Esta recta se obtiene mediante un análisis de regresión lineal simple. Su validez se comprueba mediante el coeficiente de correlación de Pearson, R . Cuanto más se aproxime a uno dicho coeficiente, mayor será la validez de la recta como modelo.

Utilizamos la clasificación de la bondad de los resultados de R mediante el método desarrollado por Suárez Ibujes, M.O., en su artículo titulado

“Coeficiente de correlación de Karl Pearson”, expresado en el cuadro 3:

Cuadro 3: Escala interpretativa del coeficiente de correlación de Pearson para valores positivos

Valor	Significado
0	Correlación nula
0,01 a 0,19	Correlación positiva muy baja
0,2 a 0,39	Correlación positiva baja
0,4 a 0,69	Correlación positiva moderada
0,7 a 0,89	Correlación positiva alta
0,9 a 0,99	Correlación positiva muy alta
1	Correlación positiva grande y perfecta

Fuente: Suárez Ibujes, M.O. Artículo: Coeficiente de correlación de Karl Pearson

Se realizan dos cambios de variable. El consumo específico “a” se calcula sin más que dividir el consumo mensual por el número de pernотaciones. Seguidamente se sustituye el número de pernотaciones mensual por el porcentaje de ocupación, con lo que se obtiene la fórmula 2, que es una hipérbola equilátera que define el consumo de agua por persona y día con respecto al porcentaje de ocupación.

Fórmula 2: Ecuación hiperbólica generalizada de consumo específico para energéticos y agua en la industria hotelera

$$a = A/P = m^A + (A^F / (p(\%)*Cap / 100))$$

- m^A : pendiente de la recta empírica obtenida para cada hotel.
- A : consumo bruto mensual de agua (L/mes o kWh/mes).
- P : número de pernотaciones en un mes (pax/mes).
- $p(\%)$: porcentaje medio de pernотaciones en el mes (% pax/mes).
- A^F : consumo fijo de agua en un mes (L/mes o kWh/mes)
- a : Consumo específico (L/pax.día o kWh/pax.día).

En resumen, en el primer análisis se calcularán primero los parámetros de la recta de consumo mensual frente a número de pernотaciones y después de consumo específico frente a número de pernотaciones.

Los análisis de la segunda categoría consisten en representar los consumos específicos en función del porcentaje de ocupación para todos los hoteles. Se estudiarán tanto los consumos normales como óptimos, que se obtendrán de igual modo que los de la primera categoría.

5. Estudio de consumos por hotel

5.1. Consumos normales por hotel

Calculamos por tanto los parámetros de la recta y de la curva correspondiente para los distintos periodos de cada uno de los distintos hoteles.

La primera recta obtenida es la descrita en el cuadro 4 de consumo normal anual en la actualidad sin optimizar.

El coeficiente de correlación es alto en todos los casos, a excepción del hotel Teguisse Golf, cuyo coeficiente de correlación es bajo, lo cual indicaría que esta recta empírica tiene un valor meramente orientativo y se descarta.

Es interesante comprobar cómo los coeficientes de Pearson demuestran la validez del método, utilizado hasta este momento del estudio para el consumo de agua, para también calcular modelos de consumo energético, como muestra el Cuadro 6 para el caso del consumo de electricidad en Mallorca.

Cuadro 4: Parámetros de consumo anual de agua en los hoteles de Mallorca. periodo 2003-2013

Parámetro	Linda	Leo	Belsana	Bellevue	Vistanova	Lagomonte
$a=A/P_{\text{medio anual}} (L/pax.mes)$	203	203	264	235	272	288
R	0,855	0,708	0,665	0,947	0,679	0,855
m^A	186	194	143	231	281	206
A^F	142.671	127.182	550.274	391.567	227.870	1.240.299

Fuente: Elaboración propia.

Cuadro 5: Parámetros de consumo anual de agua en los hoteles de Canarias. periodo 2003-2013

Parámetro	Aquarius	Bahía Flamingo	Lanzarote Bay	Puerto Tahiche	Teguisse Golf	Lagomonte
$a=A/P_{\text{medio anual}} (L/pax.mes)$	211	390	403	244	368	288
R	0,760	0,817	0,689	0,849	0,365	0,855
m^A	199	171	179	156	44	206
A^F	106.240	1.284.444	2.378.406	1.430.181	1.776.062	1.240.299

Fuente: Elaboración propia.

Cuadro 6: Parámetros de consumo anual de electricidad en los hoteles de Mallorca. periodo 2003-2013

Parámetro	Linda	Leo	Belsana	Bellevue	Vistanova	Lagomonte
$a=A/P_{\text{medio anual}} (kWh/pax.mes)$	5,73	4,53	9,67	3,23	7,74	7,09
R	0,660	0,625	0,722	0,679	0,601	0,973
m^A	4,648	5,549	7,55	1,816	6,366	1,482
A^F	9.349	-15.967	12.481	133.217	11.647	18.968

Fuente: Elaboración propia.

Cuadro 7: Parámetros de consumo óptimo anual de agua en los hoteles de Mallorca. periodo 2003-2013

Parámetro	Linda	Leo	Belsana	Bellevue	Vistanova	Lagomonte
$\alpha=A/P$ medio anual (L/pax.mes)	191	187	220	205	245	272
R	0,983	0,799	0,778	0,969	0,818	0,869
m^A	176	131	146	233	167	195
A^F	60.981	733.586	247.145	-1.814.466	457.341	955.117

Fuente: Elaboración propia.

Cuadro 8: Parámetros del modelo global de consumo normal anual de agua en los hoteles de Mallorca. periodo 2003-2013

Parámetro	Mallorca 3 estrellas
$\alpha=A/P$ medio anual (L/pax.mes)	226
R	0,990
m^A	234
A^F	84.420
Cap	205.726
0,9 a 0,99	Correlación positiva muy alta
1	Correlación positiva grande y perfecta

Fuente: Elaboración propia.

5.2. Consumos óptimos por hotel.

El siguiente paso del método es el cálculo de consumo óptimo de cada hotel por separado.

Definimos el consumo óptimo del hotel como el que se ha alcanzado en algún momento para un mes dado y para ese hotel en particular.

Empezaremos por el consumo óptimo hotel por hotel. Para ello se toman los datos de consumo de cada hotel eligiendo el menor valor que corresponda a un incremento de un 10% de ocupación, en este caso tomado para el año entero.

Así se obtiene el Cuadro 7 que muestra los parámetros de consumo óptimo anual de los hoteles de Mallorca.

6. Análisis global de consumos

El siguiente paso es realizar el análisis del conjunto de hoteles. Para ello, se toman los datos

conjuntos de los seis hoteles mallorquines de consumo mensual agrupándolos como si fuera un único establecimiento.

6.1. Análisis global de consumos normales

De la misma manera que para un hotel en particular, estudiamos primero los datos normales del conjunto de hoteles.

El Cuadro 8 muestra los parámetros del modelo lineal de consumo normal del grupo de hoteles de Mallorca.

La nube de puntos correspondiente al conjunto de hoteles de Mallorca es claramente lineal, tal y como se observa en el Gráfico 1, donde se ha superpuesto la recta correspondiente a la regresión lineal definida por los datos del Cuadro 8.

En el gráfico 2 se dibuja la curva hiperbólica equilátera resultante de realizar los dos cambios de variable previamente descritos al modelo obtenido por regresión lineal. Como se observa, se mide en unidades específicas de consumo por persona y día medio del mes, con respecto al porcentaje de ocupación medio del mes.

La ecuación correspondiente, y que es el resultado del modelo para el caso anual y normal de Mallorca es el descrito en la Fórmula 2.

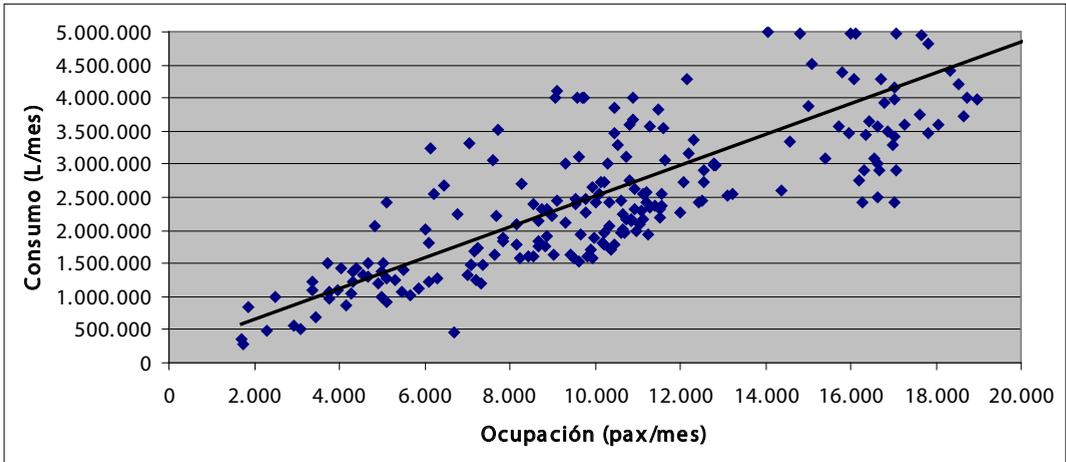
Fórmula 2: Curva hiperbólica equilátera que define el modelo específico del grupo de hoteles de sol y playa de Mallorca de tres estrellas

$$\alpha=84.420*100/(p*205.726)+234=41,035/p+234$$

6.2 Análisis global de consumos óptimos

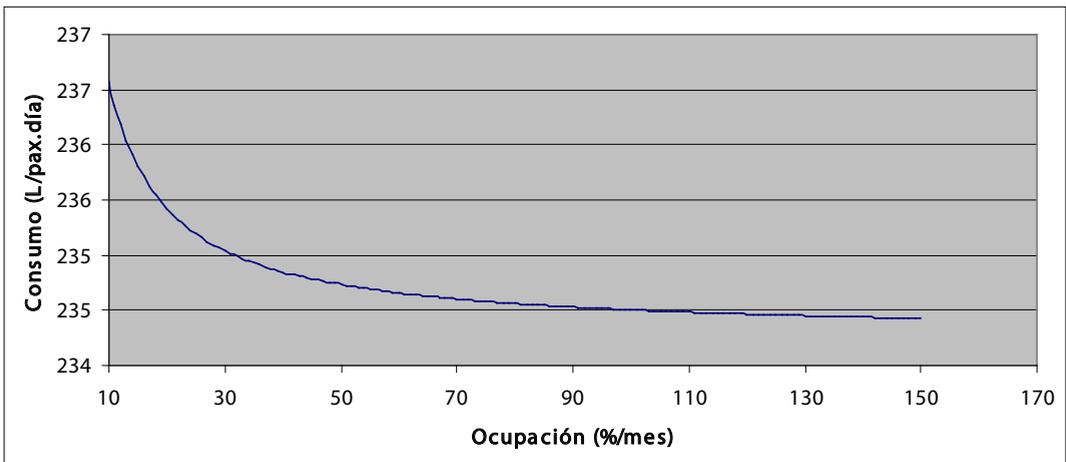
El último paso es la obtención de la fórmula de consumo óptimo del conjunto de hoteles estudiados. No hay más que tomar los valores de consumo más bajos del conjunto de los hoteles en tramos de 10 % de ocupación.

Gráfico 1. Regresión lineal de la nube de puntos del consumo de agua de los hoteles de Mallorca de tres estrellas hasta 20.000 pax/mes, en condiciones actuales



Fuente: Elaboración propia.

Gráfico 2. Modelo específico del grupo de hoteles de sol y playa de Mallorca de tres estrellas en condiciones actuales



Fuente: Elaboración propia.

El modelo óptimo del conjunto de hoteles así obtenido es siempre más exigente que el óptimo de cada hotel por separado.

El cuadro 9 muestra los parámetros del modelo lineal de consumo óptimo del grupo de hoteles de Mallorca.

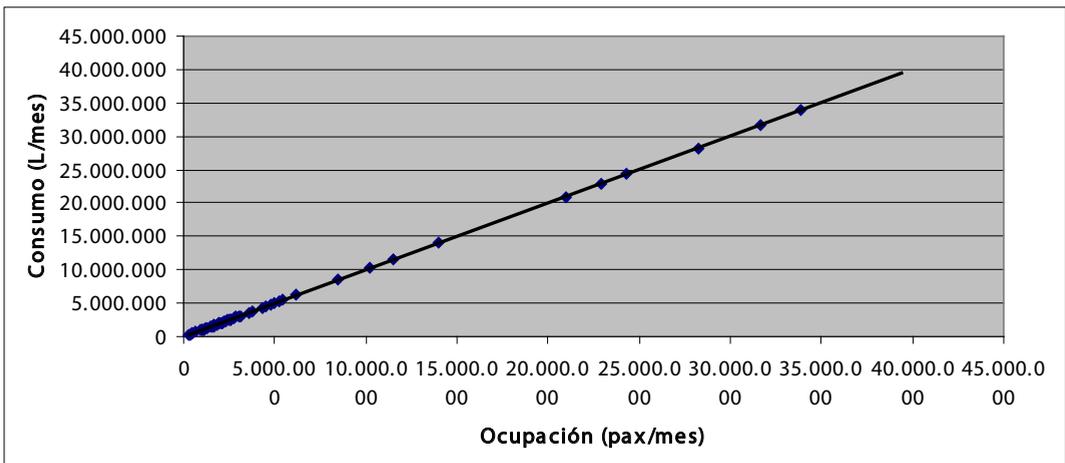
Cuadro 9: Parámetros del modelo global de consumo óptimo anual de agua en los hoteles de Mallorca. periodo 2003-2013

Parámetro	Mallorca 3 estrellas
$\alpha=A/P_{medio}$ anual (L/pax. mes)	225
R	0,995
m^A	211
A^F	60.430
Cap	205.726
0,9 a 0,99	Correlación positiva muy alta
1	Correlación positiva grande y perfecta

Fuente: Elaboración propia.

La función lineal se muestra en el Gráfico 3..

Gráfico 3. Regresión lineal de la nube de puntos del consumo de agua de los hoteles de Mallorca de tres estrellas hasta 20.000 pax/mes, en condiciones óptimas



Fuente: Elaboración propia.

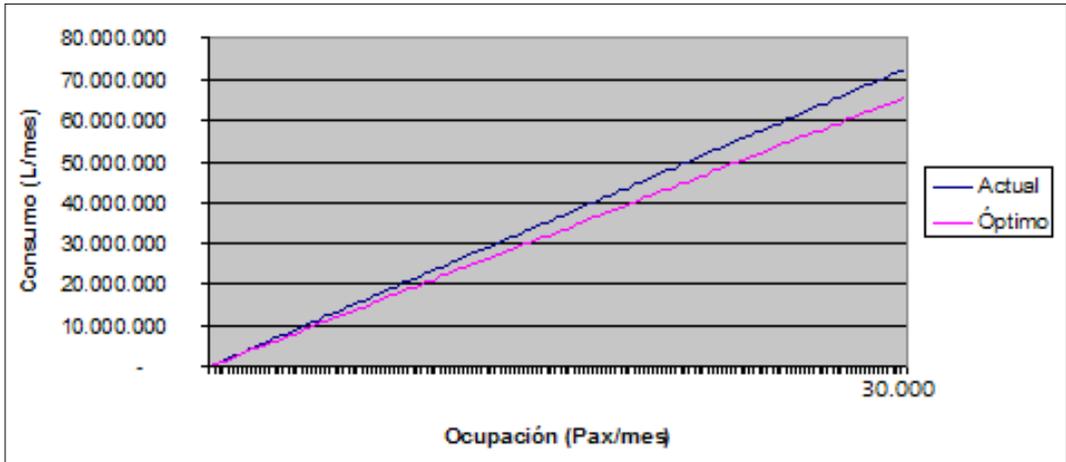
Se puede realizar una comparación entre la recta correspondiente al modelo en el caso condiciones actuales y la recta correspondiente al modelo en el caso de las condiciones óptimas, como se observa en el Gráfico 4.

También se puede realizar una comparativa, si cabe más interesante aun, para los modelos específicos en los casos actual y óptimo, como se ve en el Gráfico 5.

7. Conclusiones

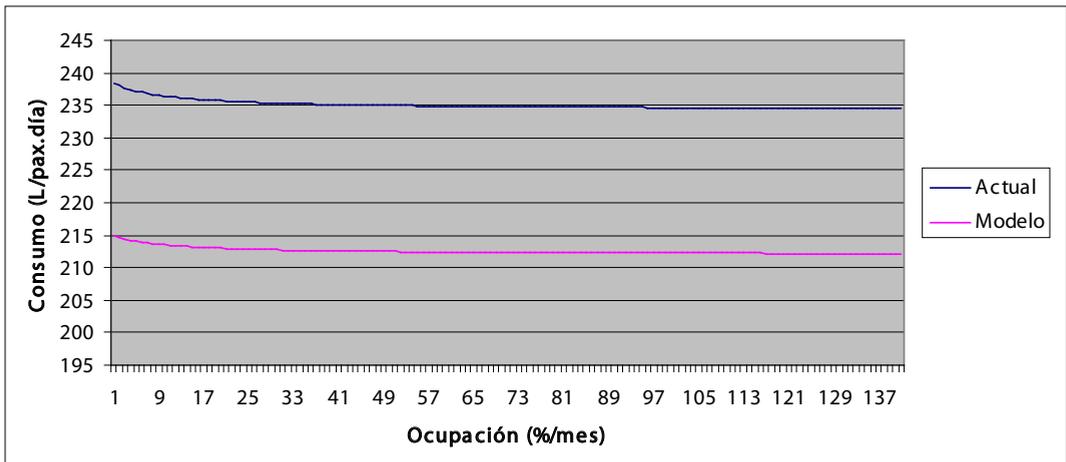
Se ha desarrollado un método reproducible y computerizable que permite modelizar matemáticamente tanto la recta de consumo de agua de un hotel en particular como las curvas de consumo anuales y por temporada de un grupo de hoteles elegido de tal manera que definen un determinado segmento hotelero, tanto en la situación normal de consumo, como en la situación de consumo optimizado.

Gráfico 4. Comparación recta modelo actual y óptimo anual de los hoteles de Mallorca de tres estrellas



Fuente: Elaboración propia.

Gráfico 5. Comparación curva modelo actual y óptimo anual específico de los hoteles de Mallorca de tres estrellas



Fuente: Elaboración propia.

El método descrito en este artículo permitiría así mismo modelizar cualquier otro segmento hotelero, tanto de agua como de energía, en cualquier país y para cualquier cadena.

Utilizando datos reales de una cadena hotelera, se ha descrito primero cómo obtener la modelización del consumo actual de un hotel en particular. Para ello, se ha mostrado cómo se depuran adecuadamente los datos de partida, para finalmente obtener las rectas características válidas de consumo de cada hotel por separado en la situación actual y el óptimo alcanzable de ese hotel en particular, sin

inversiones, mediante una comparación adecuada con su histórico.

Se describe seguidamente cómo se deben agrupar los hoteles de una cadena hotelera para obtener un modelo normal y óptimo, mediante regresiones lineales, con coeficientes de correlación aceptables. En el caso estudiado, los modelos obtenidos son validados por coeficientes siempre por encima de 0,6 alcanzando valores superiores para las curvas óptimas.

Evidentemente, el análisis de optimización en consumo de un hotel en particular es posible sin más que comparar el consumo del mismo con el

modelo óptimo de su segmento hotelero, lo que convierte el método en una potente herramienta que permite a la dirección de la cadena hotelera saber cuál de sus hoteles tiene realmente excesos de consumo de una forma objetiva.

Así, el hotelero puede simular fácilmente las diferentes tácticas de ahorro y sus efectividades al aplicarlas a un hotel determinado, mediante modelizaciones matemáticas, de forma similar a cómo se hace comúnmente en el resto de la industria.

Como ocurre con todo estudio empírico, los modelos serán más fiables a medida que se vayan introduciendo más datos de consumo de hoteles con características similares.

Bibliografía

- Assaf, A., Barros, C.P. y Josiassen, A.
2010 "Hotel efficiency: A bootstrapped metafrontier approach". *International Journal of Hospitality Management*, 29,3, pp. 468-475.
- Cabrera, O.
2003 "Reflexiones sobre el consumo energético en el sector hotelero cubano", *Scientia et Technica*, 29, pp. 169-174.
- Chiesa, F.
2004 Metodología para selección de sistemas ERP, Salvat, Barcelona.
- Cruz Vicente, M.A.
2011 "Obtención de la curva de demanda de agua turística para Acapulco, Guerrero". *Observatorio de la Economía Lationamericana*, 143, pp. 1-28
- Hidalgo González, I.
2005 "Introducción a los modelos de sistemas energéticos, Económicos y medioambientales: Descripción y aplicaciones del modelo POLES", *Revista de Economía Mundial*, 13, pp. 33-75.
- Hillsman, E.L., Alvic, D.R. y Church, R.L.
1988 "A disaggregate model of the U.S. electric utility industry", *European Journal of Operational Research*, Volume 35, Issue 1, pp.30-44.
- Hoteles Sol Melia
2008 "Memoria anual de sostenibilidad 2008", [Consulta: 10 octubre 2012]. Disponible en: http://prensa.solmelia.com/view_manager.html?root=87,98
- Hoteles Sol Melia
2009 "Memoria anual de sostenibilidad 2009". [Consulta: 10 octubre 2012]. Disponible en: <http://sostenibilidad.solmelia.com/energia-cambio-climatico-4.php>
- Jebaraj, S. y Iniyar, S.
2006 "A review of energy models", *Renewable and Sustainable Energy Reviews*, 10, 4, pp. 281-311.
- Limaye, D.R. y Sharko, J.R.
1974 "US energy policy evaluation: some analytical approaches", *Energy Policy*, 2, 1, pp. 3-17.
- Molina, J., Garrigan, N., Martí X., Boada, M., Huelin, S., Domene, E. y Saurí, D.
2004 "Estudi del consum d'aigua als edificis de la regió metropolitana de Barcelona", Proyecto financiado por Fundació ABERTIS, la Fundació AGBAR, el Departament de Medi Ambient de la Generalitat de Catalunya. [Consulta: 7 septiembre 2012]. Disponible en: http://www.fundacioabertis.org/rcs_est/estudi_complet.pdf
- Monteagudo, Y., Jose, P., Gaitan, R., Geovani, O.
2005 "Herramientas para la gestión energética empresarial", *Scientia et Technica*
- Pilati, D. A. y Sparrow, F.T. 1980
"The Brookhaven process optimization models", *Energy*, 5, 5, pp. 417-428.
- Plackett, M.W., Ormerod, R.J. y Toft, F.J.
1982 "The National Coal Board strategic model", *European Journal of Operational Research*, 10, 4, pp. 351-360.
- Rapoport, L.A.
1975 "Long-range modeling of worldwide energy development and supplies-outline of formulation and applications", *Computers & Operations Research*, 2, 3-4, pp. 195-211.
- Rivero Rodríguez, P.
1998 "Racionalización energética en instalaciones hoteleras: análisis para un nuevo proyecto técnico basado en la «cogeneración», mediante la optimización de las curvas de demandas térmicas y eléctricas integradoras de los servicios de agua caliente, frío, desalación de agua de mar y electricidad de un «hotel tipo»." Tesis doctoral. Director: Trujillo Armas, J., Universidad de la Laguna. Departamento de Ingeniería Marítima. [Consulta: 18 octubre 2012]. Disponible en: <ftp://tesis.bbtk.ull.es/ccppytec/cp93.pdf>
- Samouilidis, J.
1980 "Energy modelling: A new challenge for management science", *Omega*, 8, 6, pp. 609-621
- Shi-Ming D. y Burnett J ,
2002 "Water use in hotels in Hong Kong", *International Journal of Hospitality Management*, 21, 1, pp. 57-66
- Suárez Ibujes, M.O.
2011 "Coeficiente de correlación de Karl Pearson", Repositorio digital de la Universidad Técnica del Norte, Ibarra. Ecuador. [Consulta: 5 septiembre 2012]. Disponible en: <http://www.monografias.com/trabajos85/coeficiente-correlacion-karl-pearson/coeficiente-correlacion-karl-pearson.shtml>

Recibido: 20/05/2013
Reenviado: 01/12/2014
Aceptado: 07/04/2014
Sometime a evaluación por pares anónimos

El flamenco como constructo patrimonial. Representaciones sociales y aproximaciones metodológicas.

Cristina Cruces Roldán*

Universidad de Sevilla (España)

Resumen: El texto describe el reciente proceso de incorporación del flamenco a las políticas de gestión cultural y a la Lista Representativa del Patrimonio Cultural Inmaterial de la UNESCO, y analiza cómo estos hitos han contribuido a la resemantización de la categoría. Se exponen los consensos y conflictos derivados de los procesos particulares de apropiación simbólica de este patrimonio inmaterial, que trasciende hacia un género artístico de proyección turística internacional.

A partir de una redefinición del concepto de “patrimonio” y de un análisis de la forma social del valor, la autora presenta una propuesta metodológica clasificatoria y holística para el flamenco que permita afrontar, desde las Ciencias Sociales, las acciones de salvaguardia exigidas tras los recientes impulsos institucionales.

Palabras Clave: Patrimonio, Flamenco, Política Cultural, Turismo, UNESCO.

Flamenco as a patrimonial concept. Social representations and methodological approaches.

Abstract: This text describes the recent process of incorporation of flamenco to culture management policies and to the representative list of UNESCO's oral and immaterial heritage. The work analyzes how these notable events have contributed to the creation of a new language in its category. It presents opinions and conflicts derived of the process related to the symbolic appropriation of this immaterial heritage, which transcends towards an artistic genre of international projection, particularly in the area of tourism.

Commencing at a redefinition of the concept “heritage” and proceeding from an analysis of the structure related to social value, the author presents a methodological, classificatory and holistic proposal towards flamenco's response to the safeguard actions required from the recent institutional impulses.

Key Words: Cultural Heritage, Flamenco, Cultural Politics, Tourism, UNESCO.

1. Flamenco y patrimonio: una trayectoria de resemantización

La incorporación del flamenco a la Lista Representativa del Patrimonio Cultural Inmaterial de la Humanidad de la UNESCO en 2010, supuso un hito innegable en la génesis de un debate que trascendió los círculos del arte. Aun tímidamente, movió a la reflexión sobre lo que había sido en los últimos años un consenso silenciosamente establecido, que se soportaba en una contradicción aparente. De una parte, el valor identitario y cultural que se le venía otorgando al flamenco, socialmente ampli-

ficado gracias a su fructífera proyección escénica, turística y comercial.¹ De otra, los rescoldos de una histórica negación simbólica como música “menor” o “popular”, con efectos prácticos a los que no escapa, todavía hoy, su desconsideración en el ámbito educativo.

Lo primero había venido teniendo un reflejo institucional y normativo desde que, en 1993, se creara el Centro Andaluz de Flamenco.² Repasando una lista de actuaciones necesariamente incompleta, en 1994 nació la Compañía Andaluza de Danza, hoy Ballet Flamenco de Andalucía, y en 1997 la

* Profesora Titular de Antropología Social, Universidad de Sevilla (España); E-mail: ccruces@us.es

Junta de Andalucía inició un pionero procedimiento administrativo para declarar los registros sonoros de la Niña de los Peines como Bien de Interés Cultural del Patrimonio de Andalucía. En este momento, se buscaba la protección de objetos o bienes materiales, con lo que la Declaración BIC se realizó con categoría documental (la normativa preveía su clasificación en Documentos y Archivos). Años después, las actuaciones para la inscripción en el Catálogo General del Patrimonio Histórico Andaluz, como Bien de Interés Cultural, de bienes inmateriales, prácticas y saberes como la Fiesta de Verdiales, la Escuela Sevillana de Baile y la Escuela Bolera, han supuesto un salto patrimonial cualitativo.³

En 2005 se crea la Agencia Andaluza para el Desarrollo del Flamenco, ahora Instituto Andaluz del Flamenco, que aglutinaba en origen todas las políticas públicas andaluzas relacionadas con el estudio, investigación, conservación, formación y promoción. Su finalidad era velar por la preservación y difusión del flamenco dentro y fuera de España. Un estímulo que contrastó con la reforma de uno de los cuerpos legislativos referenciales, la Ley de Patrimonio Histórico de Andalucía, que se produjo en 2007 sin que su articulado viera aparecer el flamenco de forma explícita.⁴

Sí lo hizo, en cambio, el nuevo Estatuto de Autonomía para Andalucía. Entre los principios rectores de las políticas públicas, se inscriben en el Estatuto *El libre acceso de todas las personas a la cultura y el respeto a la diversidad cultural y La conservación y puesta en valor del patrimonio cultural, histórico y artístico de Andalucía, especialmente del flamenco* (artículos 37.17 y 18). En su artículo 68 relativo a patrimonio, se lee que corresponde a la Comunidad Autónoma *la competencia exclusiva en materia de conocimiento, conservación, investigación, formación, promoción y difusión del flamenco como elemento singular del patrimonio cultural andaluz*.⁵

Durante treinta años, se evidencia pues una creciente incorporación del flamenco a la legislación y los espacios orgánicos de la administración autonómica, a los que habrían de sumarse el amplio decurso de las políticas de fomento y otro tipo de iniciativas más limitadas, de carácter local o comarcal.

Esta continuidad incluye las sucesivas candidaturas elevadas a la UNESCO y planificadas desde Andalucía. La primera de ellas en 2004, con la expectativa de inscribirlo en la categoría de *chefs-d'oeuvre* dentro de los Patrimonios Orales e Inmateriales de la Humanidad. La modalidad se dirigía a formas de expresión populares y tradicionales de valor excepcional, enraizadas, que fueran afirmación de identidad cultural y jugaran

un rol actual. Pero sólo podían optar firmemente a esta declaración patrimoniales en riesgo, bien para su propio desarrollo, bien para las comunidades asociadas. Las expresiones debían estar *amenazadas de desaparición a causa de la falta de medios de salvaguardia y de protección, sea por procesos de transformación acelerada, urbanización o aculturación*.⁶ No era éste el caso de un género como el flamenco, floreciente y sujeto al dinamismo al que la historia somete a las expresiones artísticas.

Ante la UNESCO, las candidaturas han de venir avalados desde un estado miembro, que es el solicitante prescrito y habilitado ante la institución. En la primera ocasión, el Estado Español no elevó el flamenco entre las propuestas seleccionadas. Ciertamente, la candidatura había sido elaborada de forma historicista y enciclopédica, forma no muy ajustada a las observaciones administrativas de la institución, pero seguramente no pesaron tanto en esta decisión los detalles de contenido, cuanto las tensiones de carácter político. Consejería de Cultura y Ministerio de Cultura, entonces ocupados por partidos y personalidades políticamente muy distantes, chocaron generando unas controversias y enconamientos que, en añadidura, UNESCO no suele ver con buenos ojos para conceder declaraciones.

Dado que el Ministerio cerró las puertas a la candidatura del flamenco, la Junta de Andalucía elaboró en 2005 un nuevo expediente de solicitud, apurando un resquicio administrativo como candidatura internacional: *El Flamenco y la Música Andalusí*. Andalucía, Túnez, Marruecos y Argelia se unían para optar a la declaración a través de los lemas "Flamenco universal: memoria viva en el barrio de Santiago" y "Música Andalusí: confluencia cultural entre oriente y occidente", además del trabajo común "De lo local al sincretismo universal".

Sin embargo, el flamenco habría de esperar nuevamente hasta 2009. El cambio de normativa favoreció entonces una iniciativa nunca olvidada, y Andalucía presentó la candidatura de forma consensuada con Extremadura y Murcia, que ya habían manifestado sus quejas por no haber participado en el expediente anterior. Tras elaboradas gestiones que encabezó, de nuevo, Andalucía,⁷ el flamenco quedó inscrito desde noviembre de 2010 en la Lista Representativa del Patrimonio Cultural Inmaterial de la Humanidad, una de las tres estrategias previstas en la *Convención para la Salvaguardia del Patrimonio Cultural Inmaterial de la Humanidad* (2003), además de la Lista de Salvaguardia Urgente y el Registro de Buenas Prácticas de Salvaguardia.⁸

El reconocimiento dio lugar a un notable despliegue mediático y político, y aficionados, artistas e instituciones se felicitaron por haber alcanzado

lo que era en realidad, y fundamentalmente, un compromiso ineludible: la salvaguardia.

A los efectos teórico-metodológicos, interesa destacar que este acontecimiento hizo visible una concepción *integral* del flamenco como patrimonio cultural inmaterial, como define su artículo 2.1:

... los usos, representaciones, expresiones, conocimientos y técnicas -junto con los instrumentos, objetos, artefactos y espacios culturales que les son inherentes- que las comunidades, los grupos y en algunos casos los individuos reconozcan como parte integrante de su patrimonio cultural. Este patrimonio cultural inmaterial, que se transmite de generación en generación, es recreado constantemente por las comunidades y grupos en función de su entorno, su interacción con la naturaleza y su historia, infundiéndoles un sentimiento de identidad y continuidad y contribuyendo así a promover el respeto de la diversidad cultural y la creatividad humana.

El reto de la UNESCO refrendaba la comprensión del flamenco como algo más que cante, baile, toque e intérpretes, en la línea de propuestas teóricas anteriores emanadas, no por casualidad, desde la disciplina antropológica.⁹ Reconocía la cultura del flamenco con aspectos hasta entonces no tenidos en cuenta: la sociabilidad, la estética, la política, la economía, los conflictos de patrimonialización, los saberes o las artesanías. Superaba una mirada estrecha que lo condenaba a su ejecución práctica, su condición escénica, a simples aproximaciones clasificatorias y hasta a un anecdotario más o menos entretenido de sueltos biográficos. Contribuía a interiorizar el flamenco, en suma, con la categoría de patrimonio cultural de Andalucía.

El cambio de rumbo hacia un concepto totalizador se verifica a poco que se conozca el flamenco, que engloba los cinco epígrafes en los que se manifiesta particularmente, según la UNESCO, la “cultura inmaterial” (párrafo 1 supra): *a) tradiciones y expresiones orales, incluido el idioma como vehículo del patrimonio cultural inmaterial; b) artes del espectáculo; c) usos sociales, rituales y actos festivos; d) conocimientos y usos relacionados con la naturaleza y el universo; e) técnicas artesanales tradicionales.* En la definición holística de “flamenco” que aparece en la web de la institución, descriptores como expresión artística, acompañamiento, sentimientos, palabras, técnica, celebración, festividad, identidad, etnicidad, música o danza se sitúan a un mismo nivel:

El flamenco es una expresión artística resultante de la fusión de la música vocal, el arte de la danza y el acompañamiento musical, denominados

respectivamente cante, baile y toque. La cuna del flamenco es la región de Andalucía, situada al sur de España, aunque también tiene raíces en otras regiones como Murcia y Extremadura. El cante flamenco lo interpretan, en soledad y sentados generalmente, un hombre o una mujer. Expresa toda una gama de sentimientos y estados de ánimo -pena, alegría, tragedia, regocijo y temor- mediante palabras sinceras y expresivas, caracterizadas por su concisión y sencillez. El baile flamenco, danza del apasionamiento y la seducción, expresa también toda una serie de emociones, que van desde la tristeza hasta la alegría. Su técnica es compleja y la interpretación es diferente, según quien lo interprete: si es un hombre lo bailará con gran fuerza, recurriendo sobre todo a los pies; y si es una mujer lo ejecutará con movimientos más sensuales. El toque de la guitarra flamenca ha trascendido, desde hace mucho tiempo, su primitiva función de acompañamiento del cante. Éste se acompaña también con otros instrumentos como las castañuelas, y también con palmas y taconazos. El flamenco se interpreta con motivo de la celebración de festividades religiosas, rituales, ceremonias sacramentales y fiestas privadas. Es un signo de identidad de numerosos grupos y comunidades, sobre todo de la comunidad étnica gitana que ha desempeñado un papel esencial en su evolución. La transmisión del flamenco se efectúa en el seno de dinastías de artistas, familias, peñas de flamenco y agrupaciones sociales, que desempeñan un papel determinante en la preservación y difusión de este arte.

El conjunto fotográfico y el vídeo que acompañan abarcan todos estos elementos. Los componentes antropológicos –y no sólo artísticos- quedan significativamente recogidos, buscando la representatividad y los valores flamencos colectivos más que la excelencia o el genio creativo individual.¹⁰

2. La pugna por la interpretación

La arena política e institucional

Hemos descrito más arriba algunos de los momentos de integración progresiva del flamenco en las políticas culturales y la gestión patrimonial. En ellos se funden aspiraciones y logros a varios niveles:

- Globalizadores e inclusivos, como los de la UNESCO: “Patrimonio de la Humanidad” será expresión nuclear en sus actuaciones.
- Reivindicaciones identitarias exclusivistas, como el Estatuto de 2007 que atribuye a la Comunidad Autónoma de Andalucía competencias sobre flamenco.
- La institución supranacional hegemónica apela, a su vez, a la variedad de identidades

**Algunas expresiones flamencas recogidas en el diaporama de la UNESCO.
Fotografías callejeras, de peñas, bares y rituales festivo-ceremoniales**



Fuente: Instituto Andaluz del Flamenco, Junta de Andalucía.

y su utilidad como estímulo de la cooperación. La Declaración de 1966 defiende el derecho de todos los pueblos a su cultura y el deber de desarrollarla, y delimita que todas ellas *forman parte de un patrimonio común que pertenece a la humanidad*.^A

- Las instituciones regionales aspiran a convertirse en protagonistas de la interpretación, aunque a menor escala, en una posición de hegemonía territorial, a la vez que reclaman una legitimación social de los patrimonios por parte de los grupos implicados.
- Estos grupos pueden generar, indistintamente o en función de intereses y evaluaciones particulares, respuestas de aceptación o cuestionamiento de esa legitimación, arrogándose los derechos al silencio, a la apropiación o a la reprobación de estas iniciativas.

Estas aparentes paradojas se concretaron en una candidatura flamenca también plural, que apelaba a una institución supranacional, a través de una vía nacional, conjugando intereses regionales que habían de sustanciar la propuesta identitaria elaborada por una comunidad autónoma principal y con la aquiescencia de grupos e individuos. Goznes de la tramitación que resultan muy interesantes

para reconocer los juegos entre conceptos como “universalidad”, “humanidad”, “diversidad” o “identidad” en la instrumentalización de los patrimonios culturales.

En el caso del flamenco, el Estado central funcionó como parte esencial del engranaje de significaciones entre “lo global” y “lo local”. Desde una cierta posición estatista, cualquier reivindicación identitaria significaría atentar contra un progreso unificador y aglutinante de la modernidad. El Gobierno de España rechazó y respaldó las sucesivas propuestas -no sin los correspondientes acuerdos y desacuerdos propios del juego parlamentario-, redefiniendo los objetos del patrimonio según estos criterios estatistas, pero también -entendemos- otros de oportunidad política y hasta partidista, que trascendieron con mucho los estrictamente identitarios.

Desde un punto de vista jurídico, el carácter de “competencia exclusiva” que se arroga Andalucía se limita a las potestades legislativa y reglamentaria y la función ejecutiva *en su territorio*, íntegramente pero sin perjuicio de las competencias atribuidas al Estado en la Constitución.^A Sin embargo, el artículo 68 del Estatuto significó, de hecho, una rivalidad difícilmente salvable, salvo que se resolviera en un marco de consenso interautonómico.

En 2009, Andalucía se volvió a encargar de la preparación de la candidatura, pero hubo de concurrir a la UNESCO valiéndose del hermanamiento con las comunidades autónomas murciana y extremeña, en aras de otorgar un mayor peso estatal y, sospechamos, de facilitar la ausencia de conflictos. Desde entonces, los disensos competenciales nunca fueron tan explícitos (¿tal vez se encuentran en estado latente?) como respecto a otros contenidos del Estatuto.^A

Esta metonimia estatualista de la identidad sigue guiando otras iniciativas de apropiación simbólica del flamenco, como las estrategias de “Marca-País”. La ubicación en la “pirámide del valor” de bienes inmateriales *locales* que marquen diferencias frente a la saturación y homogeneización *global* de los productos tangibles encuentra la especial condición de activo intangible del flamenco y su condición de elemento más internacional de la “Marca España”. En 2012, se creó el Alto Comisariado del Gobierno para la “Marca España” y comenzó un abortado despliegue de actos internacionales (como la presentación en la Eurocámara con un espectáculo de tono flamenco), proyectos y publicaciones enmarcadas en la proyección exterior.

La ecuación es sencilla: en un contexto de producciones culturales que rivalizan en un contexto competitivo y cambiante –siguiendo la tesis de la Escuela de Frankfurt (Horkheimer y Adorno (1988/1944-1947)-, el flamenco nos diferencia y, por tanto, forma parte destacada de la construcción de la marca (Perujo, 2012).

Comunidades y grupos implicados

Las convocatorias de salvaguardia y fomento de los patrimonios inmateriales suponen una concepción democratizadora del patrimonio cultural no sólo respecto a los contenidos que lo constituyen, sino también a los agentes que los activan. La UNESCO exige la identificación de las comunidades, grupos o individuos implicados y las obligaciones de éstas, su participación y consentimiento libre, previo e informado. Postularse comporta el compromiso de estados y comunidades (artículos 11 al 15 de la Convención) con el propósito de asegurar una mayor visibilidad de la herencia cultural intangible e incrementar la conciencia de su significación.

En el momento de redacción del expediente final del flamenco, se puso en marcha desde la administración autonómica una campaña de adhesión que, con el lema “Flamenco Soy” – la implicación en primera persona- recorrió toda Andalucía y dispuso de una plataforma web para votar a favor de la misma, en donde se recogieron miles de apoyos desde los cinco continentes. Cada

acción, cada acto, cada adhesión, se convertía en noticia, difundida a los medios y a través de la red.

Un consenso amplio terminó por identificar siete comunidades flamencas en el expediente: etnia gitana, familias y dinastías flamencas, peñas y asociaciones flamencas, artistas, críticos e investigadores, escuelas y academias flamencas e industrias culturales del flamenco. Se reivindicaron elementos y grupos que en otros contextos habían sido silenciados e incluso despreciados, en línea con una redefinición alejada tanto del patrimonialismo trasnochado, del prejuicio y el estereotipo, como de reducir las expresiones flamencas a la música, y sus agentes a artistas y afición.

Los actores debían ser los portadores y los transmisores, lo que suscitaba un sentimiento de identidad y continuidad frente a las viejas formulaciones del patrimonio histórico-artístico. El asentimiento fue activo, pues las comunidades acreditaban la puesta en marcha de siete ámbitos de actuación, como también el estado (cinco) y las comunidades autónomas (seis). Los compromisos quedaron expuestos como una amplia lista de esfuerzos en curso, 21 instituciones implicadas y medidas de evaluación, protección, investigación, formación y promoción. Pero los bienes culturales son “construcciones sociales”, es decir, *categorías de valor resultantes de cómo ciertos actores, social y culturalmente situados, interpretan y definen su identidad en función de sus distintos intereses, recursos y posibilidades* (Guerrero, 2012, citando a Gilberto Giménez, 2005). En las sociedades contemporáneas, los conflictos y problemas sociales asociados a la definición y gestión de los bienes culturales se convierten en un espacio de expresión de conflictos. Habría que recordar aquí, indefectiblemente, los textos constructivistas de Pierre Bourdieu y Jean-Claude Passeron, y los modelos que establecen en términos de oposición, poder y lucha en los *campos* y el espacio social (Bourdieu y Passeron, 1979; Bourdieu, 1987).

Desde siempre, el flamenco ha detentado una fuerte carga ideológica en la comprensión de *qué, por qué, cómo y para qué*. Estos interrogantes no admiten interpretaciones únicas, y en diversos momentos de su historia, responderlos ha sido una arena para procesos competitivos de apropiación de significados. Una vez incorporado a la Lista Representativa, no tardaron en concitarse tensiones, desencuentros y lecturas divergentes respecto a qué suponía *exactamente* la presencia en la Lista y sobre qué iba a significar *realmente* estar en ella. Grupos de intereses jerarquizados entre sí e internamente activaron procesos confrontados e incluso excluyentes. Factores contingentes, heredados, normativos y sociales de participación y definición (Abric, 1994)

llevaron a distintas posiciones interpretativas desde dentro del flamenco mismo.

Puesto que, bajo la dimensión estrictamente cultural del flamenco, subyace un componente de producción artística y de género escénico que aglutina tempestades, la lucha no fue sólo simbólica, sino también utilitaria. En palabras de García Canclini (1997), el patrimonio *se acumula, se renueva, produce rendimientos, y es apropiado en forma desigual*, y esos rendimientos también lo son materiales

Confluyen en el flamenco sectores históricos como los profesionales (artistas, productores, creadores, mediadores, técnicos...), la empresa privada, la “afición” (peñistas, públicos) y la crítica, que hacen suyas evaluaciones y definiciones propias. Desde hace algunos años, nuevos agentes adquieren consistencia, como los investigadores, a la vez independientes y vinculados al espacio de la afición, y –sobre todo– las instituciones.

La “afición”, peñistas y públicos, encabezaron tras la declaración el sincero orgullo patrimonial de quienes habían soportado durante demasiado tiempo un antiflamenquismo de nuevo cuño, todavía no resuelto en la segunda mitad del siglo XX. El componente de “autenticidad” que destilaba el ambiente –aunque la UNESCO abomine del concepto– reforzó en parte enunciados sustentados en categorías inefables. Unos binomios simplificadores con los que estos grupos dicotomizaban tradicionalmente las *esencias jondas* recobraron brío: arte/técnica, autenticidad/impostura, antiguo/nuevo, fondo/forma, y otros que terminan por alambicarse en la oposición entre “pureza” y “contaminación”.

Se aprestaron a hacer valer sus lecturas patrimonializadoras, de un lado, quienes sitúan lo genuino en la nostalgia y en los códigos clásicos (la cacareada “pureza” flamenca), en la reserva precivilizada e inefable del imaginario flamenco, buscado por *el turista que quiere un espectáculo flamenco auténtico para no turistas*.¹⁴ Es, en realidad, y aunque parezca contradictorio, la autenticidad más útil para mercado de las artes, y lo que aporta al flamenco mayores ventajas competitivas en los mercados internacionales del espectáculo y el turismo: la espontaneidad, la música “en acto”, el “pellizco” o el “duende” son categorías clásicas, buscadas incansablemente para intentar participar en los significados, y no sólo en las formas.

Pero los agentes matrices del flamenco son hoy más complejos y diversos. En un contexto de alta densidad y profusión creativas, con unas bases materiales y humanas muy distintas a las de su nacimiento, muchos flamencos jóvenes han apostado por romper radicalmente el “espejismo de la forma tradicional”. Trabajan con una estética

ajena al código ortodoxo, sea éste estilizado o barroco, buscando un valor intelectual y alternativo, con lo que abominan del sustento *autenticista* que rezuma cualquier iniciativa de apropiación de los significados. Generan nuevos discursos y narrativas que releen o renuncian a las estructuras convencionales, aunque no sin costes.

La afirmación de Schiller *Si no puedes gustar a todos con tus actos y tu arte, gusta entonces a unos pocos. No vale la pena gustar a muchos* les guía hacia una belleza que entienden como una opción, y no como una “condición necesaria” para el arte (Danto, 2009). Pero tampoco se acogen a la estética dionisiaca del flamenco *de raíz*. No se trata de advenedizos: en muchos casos, responden a una generación de jóvenes, gitanos y no gitanos, hijos de la familia, de las genealogías clásicas, quienes acometen la tarea de enfrentarse, no sin conflicto, con el “padre” jondo (Cruces, 2008).

Ante estos movimientos, la tensión está servida. ¿Quién destapa el tarro de las esencias? ¿Quién patrimonializa la identidad? ¿Quién la rentabiliza? Las *nuestrificaciones* vienen ocupando exégesis sobre “lo flamenco” casi desde el momento en que nace: voces apocalípticas se oían ya a finales del siglo XIX.¹⁵ Una parte del arte vive de “lo tradicional”, de las “imágenes de la cueva”, de la “calidad de lo imperfecto” contenida en la *patá por bulerías* de cualquier grupo de viejas gitanas que tienen un conocimiento in-corporado (*embodied*); otra abdica y desobedece reinterpretando el pasado o reclamando los nuevos lenguajes del *crossover*. Lo que genera, circularmente, la vuelta a categorías que sitúan “lo auténtico”, “lo puro”, “lo verdadero” en algún momento del desarrollo de un patrimonio que, al ser vivo, impide considerar sus prácticas como algo inmutable.

Finalmente, están los artistas. Meses después del reconocimiento de la UNESCO, reclamaron un mayor despliegue de convocatorias escénicas de las administraciones, suponiendo que “salvaguardia” y “fomento” funcionaban como sinónimos.

La pugna profesional por acceder a aquéllas estuvo detrás y sirvió como argumento para las acciones de los denominados “indignados”, un grupo no muy numeroso de artistas concentrados en torno al flamenco más tradicional. La “imagen del bien limitado” se impuso en el marco de unos recursos no sólo finitos, sino crecientemente escasos, en la contratación pública, y artistas veteranos de la gitanería más flamenca tanto como del clasicismo académico unieron sus fuerzas en un inaudito colectivo, criticando la gestión y reclamando al Instituto Andaluz del Flamenco diversas demandas y una participación activa en algunas decisiones de su competencia, fundamentalmente distribución de contratos y presencia en programación.

Sector público y sector privado

Resulta fundamental entender el papel que ha jugado el sector público en el devenir del flamenco en España -y particularmente en Andalucía- desde finales de la década de 1970, cuando se convierte en el cliente fundamental del mercado flamenco a través del fomento de actividades escénicas y difusión turística. Ya hemos mencionado determinados conflictos que se hicieron explícitos en contextos competitivos vinculados a estas instituciones.

En los años previos al reconocimiento de la UNESCO, la empresa privada languidecía para la oferta *jonda*. Apenas era capaz de competir salvo en determinadas iniciativas de vocación turística, desde tablaos hasta comercios de *souvenirs*, pero -al moderarse la oferta e inversión públicas-, el sector privado ha vivido un relanzamiento en forma de ofertas fragmentarias, en salas, pequeños teatros e incluso unos tablaos que viven otra época feliz. Son el “refugio” de tantos artistas de consolidada trayectoria, algunos de los cuales participan de una doble estética: responden a la demanda de códigos clásicos ante los públicos generalistas o turísticos, y se lanzan a aventuras heterodoxas para dar salida a una creatividad de anclaje minoritario.

El proceso de *museificación* vivido por el flamenco en estas décadas no se ha limitado a las inversiones públicas, normalmente en forma de pequeñas exposiciones locales. Ciertas fórmulas afrontan la gestión de lo que, más que como un “bien”, se propone como una “experiencia”. Conceptos museológicos tradicionales conviven como evidencias culturales destinadas a un “turismo de autenticidad”, de conocimientos, de raíces, de inmersión. Conocer, aprender, experimentar, sorprender y participar simulando la emoción serían sus objetivos, a partir de una noción de “patrimonio emocional”.¹⁶

En el ámbito de la gestión y las instituciones culturales, el concepto de “salvaguardia” trajo consigo una visión más dinámica del patrimonio que la de “conservación”, más estática. El sector público continuó y potenció sus actuaciones de documentación, investigación y protección patrimoniales. Se tomaron decisiones simbólicas como la declaración del 16 de Noviembre como “Día del Flamenco” en Andalucía, con la carga de celebración y coparticipación de instituciones públicas y privadas, y de articulación en torno a la Consejería de Cultura.

Decisiones políticas no acometidas en tres décadas de democracia, como la inclusión del flamenco en los *curricula* educativos, empezaron a incorporarse al discurso-marco, y se activó un grupo de trabajo que está por ver si supera el parapeto de la ortodoxia curricular. En ausencia de una verdadera apuesta pública por las enseñanzas

flamencas, la iniciativa privada ha ocupado en los últimos años también la docencia, terreno histórico y espita de la madurez de los artistas desde los primeros maestros y academias decimonónicas. Nuevos formatos revisan su omnipresente papel, y siguen siendo una de las fuentes principales de autoempleo de los profesionales.

El patrimonio como respuesta antihegemónica

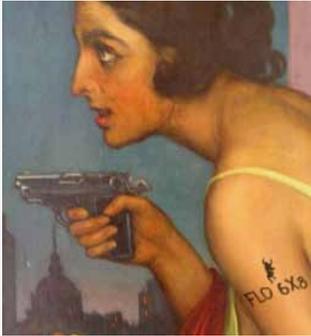
Y aún queda un aspecto que exigiría capítulo propio en estos procesos de reinterpretación utilitaria: las relaciones entre patrimonio y protesta social. En este caso, el flamenco no es ya un objeto de reivindicación *per se*, sino un instrumento mediador y de exposición crítica.

La sombra de artistas “comprometidos” (como en su día lo fueron Menese, Gerena o El Cabrero) es alargada. El cantaor Juan Pinilla graba “Las voces que no callaron”, un disco sobre el periodo de represión franquista, al tiempo que se autoinculpa por fandangos ante una Subdelegación del Gobierno del Ministerio de Interior, junto a otros treinta, de la acción revestida de asalto al supermercado Mercadona llevada a cabo por el Sindicato Andaluz de Trabajadores.¹⁷

Colectivos emergentes tratan de recuperar el propósito de “politizar el arte” frente a la incapacidad de la razón práctica. Flo6x8 es un conjunto de activistas sevillanos que representa una vuelta al patrimonio como vía de protesta para el logro de reivindicaciones sociales, y no sólo como objeto *per se*. Bajo la denuncia de la ‘*cleptocracia*’ de los mercados y las entidades financieras, que han arrebatado la soberanía nacional al pueblo, todo ello con el consentimiento de los Gobiernos y con el lema “Cuerpo contra capital”, Flo6x8 convoca acciones de protesta como la ocupación de sedes bancarias con *flashmobs* flamencos. A través de la *performance*, los foto-montajes, el vídeo documental, letras alusivas y cantes y bailes por tangos, soleás o bulerías (considerados espacios antihegemónicos de resistencia), el colectivo opta por una fuerte *estetización* que se manifiesta en una cuidada iconografía donde se combinan, de forma sugerente y combativa, tradición y vanguardia.

Otras acciones similares realzan esta carga simbólica de los patrimonios, en clave política o de memoria histórica. El profesor Miguel López cierra un acto de graduación universitaria cantando por soleá contra la LOMCE y el ministro Wert, y un grupo de mujeres ejecuta el zapateado-homenaje a las mujeres republicanas represaliadas durante el franquismo sobre la tumba del general Queipo de Llano, todavía hoy enterrado con honores en la sevillana basilica de la Macarena.¹⁸

Algunos iconos y acciones del colectivo Flo6x8, y *performance* flamenco sobre la sepultura de Queipo de Llano



Fuente: Colectivo Flo6x8

2. Nuevos agentes del flamenco, hacia un modelo teórico-metodológico

El proceso de resemantización del flamenco como constructo (“lo flamenco”) ha venido asumiéndose también como principio por una generación emergente de investigadores y gestores relacionados con el patrimonio. Ya desde los años 80, venían consolidándose nuevas -y a veces dispares- líneas de trabajo en la investigación flamenca. A partir de la década de 2000 se encauzan no sólo, pero muy significativamente desde las universidades, a través de propuestas multidisciplinares. Estos centros han actuado en estrecha conexión con la gestión, en tareas de catalogación, protección o conservación del patrimonio.

Los trabajos escapan a la falta de método de tanto diletantismo investigador como menudeaba entre “la afición”, y se acompañan de un impulso de parte de algunas instituciones públicas, en cuyos

foros se habla ya de investigación y flamenco sin rubor. Se advierten movimientos de continuidad e interesantes resultados sistemáticos, aunque las tareas se acometan desde disciplinas diferentes, no siempre hermanadas ni con presupuestos teórico-metodológicos compartidos.

La puesta en marcha, en 2004, del Programa de Doctorado “El flamenco. Acercamiento multidisciplinar a su estudio” en la Universidad de Sevilla,^A funcionó como revulsivo de una sucesión de innovadores estudios monográficos, que han avanzado en el conocimiento de parcelas históricas, antropológicas, musicológicas, estéticas, artísticas, audiovisuales, lingüísticas, literarias, jurídicas o sanitarias, con el flamenco como objeto de investigación empírica.

Es aquí donde se inscribe nuestra propuesta metodológica, cuya aplicabilidad exige realizar un par de apuntes teóricos que afinen el concepto de “patrimonio” y la delimitación del objeto de estudio al que se dirige.

El concepto tradicional del patrimonio. Operatividad para el flamenco

Falsas adscripciones al concepto “patrimonio”	Revisiones al concepto y aplicación al flamenco
Tradición como “lo residual”	Tradición como “proceso”
Tradición como continuidad	Tradición como continuidad y como plataforma para la ruptura: nuevas formas flamencas como “desobediencias” a la tradición
Fosilización-Momificación	Transformación-Dinamicidad
Primitivismo-Arcaísmo	Modernidad-Contemporaneidad
Urgentismo recopilatorio	Vivacidad
Inmanencia	Contingencia
Supervivencia	Funcionalidad
Utilidad	Valores de uso y de cambio
Bienes datables	Problema de datación: continuidad histórica
Materialidad-Evidencia	Materialidad-evidencia Inmaterialidad-Intangibilidad
Economicismo objetual	Producciones, acciones, representaciones y significación social
Delimitación	Integración
“Patrimonio modesto”-“Patrimonio menor”	“Patrimonio popular”-Género artístico
Particular	Particular-universal
Simplicidad	Complejidad
Pasado	Pasado-Presente- Futuro
Dialéctica “Pureza-Contaminación”	Mestizaje
“FOTO FIJA”	CONSTRUCCIÓN SOCIAL

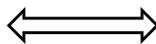


GÉNESIS DE MITOS

Desechando viejos conceptos del patrimonio

En primer lugar, se requieren un distanciamiento previo -hoy ya de consenso- de falsas adscripciones del “patrimonio”, y una mirada limpia al concepto, mucho más dinámica y procesual.

Como sabemos, la Comisión Franceschini reconoció ya en los años 50 una teoría de los Bienes Culturales como procesos materiales e inmateriales que detentan un valor patrimonial. Afirmados simbólicamente, los bienes culturales son testimonios de una cultura que, en el pasado o en el presente, trascienden el prestigio material o estético: *Todo lo que constituya el testimonio material de los valores de la civilización.*^A El enriquecimiento del concepto, del que participó la identificación con el



ANÁLISIS CIENTÍFICOS

antropológico de “cultura”, permitió superar definitivamente la preferencia por elementos y objetos únicos, escasos, monumentales o de apreciable autoría. Categorías de “autenticidad”, “estado”, “élite”, “pasado” o “monumentalismo” se vieron superadas por otras de “significado”, “comunidades”, “creación popular”, “presente histórico” o “código cultural”.^A

En una polarización tal vez simplificada, pero al cabo práctica, hemos opuesto una serie de categorías en dos columnas suficientemente elocuentes para aplicar estos dualismos al patrimonio flamenco. La primera de ellas proporciona una visión estrecha de las adscripciones que podrían suponerse a un género anclado en lo popular e histórico, pero

también lo artístico. En la segunda, se suceden los parámetros teóricos renovadores aplicables al patrimonio flamenco, tan pujante en el espacio del consumo escénico.

A partir de la confrontación de modelos, se separan y oponen la generación de mitos –seguramente más fascinantes– y los análisis científicos sobre el flamenco. Es en este último conglomerado de conceptos donde se instala nuestra propuesta.

La forma social del flamenco como valor

Enunciemos una segunda consideración teórica: la forma social específica que adquieren el desarrollo y la apropiación del flamenco como producción cultural marcará la determinación y la objetivación social expresa de su contenido (García Linera, 2009).

El valor del flamenco como bien cultural es un producto histórico y social polivalente, tanto en la comprensión de sus agentes, como en la funcionalidad de sus prácticas, donde existe una separación metodológica entre su *uso* como bien cultural y su *cambio* como mercancía:

- El *valor de uso* responde al modo en que el flamenco es socialmente producido y utilizado. En la teoría clásica, este valor de utilidad, el uso, el goce, el disfrute, representa la satisfacción de una necesidad humana.
- El *valor de cambio* se regiría por criterios de medición cuantitativa, según la aptitud que esta producción de bienes –artísticos en nuestro caso– detenta para proporcionar otros bienes distintos.

Más allá del debate teórico sobre la teoría del valor-trabajo (en rigor, inaplicable ni a sistemas de capitalismo cognitivo ni a procesos singularizados de producción artística), situamos aquí lo que convertiría o no al flamenco en un objeto competitivo para la denominada “industria cultural”: como mercancía, el flamenco sólo adquiere valor de cambio en la circulación, a través de su consumo.²²

La forma social de la producción y la teoría clásica del valor nos introducen en una concatenación de conceptos que emanan de cómo el flamenco “se realiza”. Su producción, ¿es un objeto, siquiera no reproducible? ¿Una mercancía? ¿Es un trabajo? No lo serán la *fiesta* y la cotidianeidad flamencas, émicamente percibidas según una representación inserta en una trama de relaciones sociales voluntarias, no enajenable. Y sí será un trabajo, como señala Pahl (1988), cuando se produce una representación social diferenciada del flamenco en un contexto laboral, de intercambio o profesional. Esta forma de producción, también social, está inscrita

en el mercado aunque nazca de una cualidad no mensurable como arte, creatividad o inspiración.

Las diferencias son sustanciales para entender dos significaciones contingentes y entornos expresivos del flamenco: aquéllos inscritos en el territorio de la intimidad y la cercanía, y los de un género artístico que permite un acceso “público” tras la superación de ciertas exigencias, normalmente económicas.

En sentido amplio y con independencia del número de personas que participen de él, podemos considerar “privado” al *flamenco de uso*, mientras que el *flamenco de cambio*, “público”, es el que propiamente reconocemos como género artístico, codificado y sujeto a las inclemencias y bonanzas de los círculos del espectáculo.

El primero no es transferible. Hemos oído afirmar al director del Festival Flamenco de Nîmes, Patrick Bellito: *Los mejores espectáculos de flamenco, aquellos que nunca podré programar, son los que he visto fuera del escenario*, estableciendo así las fronteras *emic* que individualizan cada forma social. El segundo, el flamenco de cambio, centraliza políticas de fomento y difusión como festivales, circuitos o campañas turísticas, que crecientemente aglutinan las iniciativas públicas en situaciones de restricción presupuestaria para otros campos como la investigación, la documentación o la protección.

Esta distinción conceptual deriva en dos cuestiones: la generación e imposición de discursos en torno a la “cultura como recurso”, y las fronteras deslizantes entre ambas categorías del valor flamenco.

- 1) En relación con lo primero, ya García Canclini (1993) nos habla del “mercantilismo” como uno de los imaginarios de la preservación. La “estética” o el “estilo” flamencos evocan, a partir de un carácter único, icónico, un patrón intercambiable. Lateraliza sus valores no utilitarios y da lugar a la *presencia de un objeto apto para el consumo turístico o estético* (Waisman, 1994:10). Un espejo parece reflejar sobre el patrimonio flamenco las tesis sobre la irreproductibilidad de la obra de arte.²³

Ciertamente, la propia UNESCO reconoce en la *Convención sobre la protección y la promoción de la diversidad de las expresiones culturales* (2005) el papel de las actividades económicas o turísticas como un daño potencial, pero también como una vía de promoción para la integración de los patrimonios inmateriales en políticas de planificación y desarrollo económico.²⁴ Con frecuencia, no obstante, la preservación garantiza más el “objeto producido” que el “proceso social” (Prot, 2001). Reafirma

objetos mitificados, contenidos competitivos de valor económico medible, con exquisita factura y enorme calidad artística sin duda pero fetichizados, por encima de otros de carácter social o simbólico, aunque tal vez imperfectos. *Dirty music* popular, desde la perspectiva del código comercial.

- 2) Por otra parte, los niveles de *uso* y *cambio* no siempre ocupan límites precisos en el flamenco. Como valores, ambos pueden manifestarse en realizaciones morfológicamente similares, y al revés. El flamenco escénico, por ejemplo, está continuamente atravesado de formas de “economía moral”, anclada en normas o valores culturales no utilitarios y de intermediación de las relaciones sociales comunitarias (Scott, 1976). Multitud de prácticas inscritas en el flamenco-mercado no se rigen estrictamente por criterios economicistas, ni se definen como transacciones anónimas, sino a partir de principios de moralidad, tradición, estatus, credibilidad, deber, “cumplir”, y otros que generan formas alternativas de solidaridad o reciprocidad, difícilmente reconocibles desde una perspectiva económica reduccionista.

Muchos artistas flamencos participan alternativamente de lo uno (la fiesta, el ritual, el encuentro) y de lo otro (el escenario), pues son a la vez profesionales y miembros de comunidades sociales vinculadas. Criterios de parentesco, vecindad, solidaridad o amistad, intervienen en sus decisiones y valoraciones. La “autenticidad” o la “identidad”, como categorías *emic*, se miden tradicionalmente a través del derecho “natural” que otorgan la localidad o el territorio, base de una pertenencia afectiva de efectos prácticos y simbólicos (*ius loci*). La filiación (*ius sanguis*) y la afinidad son vías de comprensión que configuran la *performance* en los espacios escénicos.

El flamenco desarrolla también toda una serie de fórmulas de ficción expresiva en contextos mercantilizados, a través de los cuales se advierten acciones de negación de las relaciones impersonales y jerárquicas. Un familismo más o menos ficto se extiende tanto a los momentos escénicos como al trato directo personal y, sobre todo, personalizado, a pie de tablas. En las representaciones teatrales, es código compartido el lanzar frases dirigidas, personalizadas, interjecciones y jaleos de ánimo a los artistas (el *ole* propio), solicitar o recordar estilos, personas, lugares, tocar las palmas a compás, o realizar llamadas e interpelaciones directas al escenario.

Esa búsqueda recreación de signos propios del flamenco *de uso*, susceptible de provocar el *deseo* del que nos habló Baudrillard (1980), funciona

también en rituales que contratan actuaciones flamencas para encuentros de empresa, casetas de feria, casas particulares, bodas o pedimentos, donde se reproducen gestos, guiños y formas de actuar propias del ámbito de lo “íntimo”. Se incluye aquí la versión renovada de las conocidas en otros tiempos como “juergas de señoritos”, ahora fiestas privadas de pequeño o mayor formato en las que intervienen artistas cuyo perfil está especializado en estos eventos. Profesionales retribuidos según valores de mercado que, epidérmicamente, sugieren una relación informal y no institucionalizada como “un invitado más”.

Todo un conjunto de acciones, en definitiva, reivindican la comunión íntima o el espíritu de la fiesta, aunque sea de forma ficta. Al finalizar los festivales flamencos se impuso durante un tiempo la “ronda por tonás”, uno de los cantes –desnudo y sin guitarra– con mayor carga de comunión simbólica. Proliferan los espectáculos territoriales que recrean y teatralizan estampas familiares o vecinales y se dramatiza la vida cotidiana a través del baile y el cante. Se evocan y reconstruyen bodas, bautizos, gañanías, corrales, patios, tabernas y tabancos, y se escenifica la reunión social en forma de “fin de fiesta”.

Cualquier espectáculo flamenco remata, casi preceptivamente, con su correspondiente “patá por bulerías”. Acaso por unos minutos, se ofrece aquí al público la posibilidad de convivencia ritual ya desinhibida de las formalidades del guión, con la coparticipación en términos de igualdad de cuantos han aparecido a lo largo del espectáculo. Los guitarristas bailan, los bailaoras cantan, las figuras dejan paso a los secundarios, y la frontalidad propia de la *performance consumida* se vuelve circularidad interna a la *performance vivida*. Ahora, imaginariamente, los artistas actúan *para ellos*. Invitan a bailar al cliente en los pequeños recintos de tablaos turísticos. Y el público disfruta así de una comunicación espontánea perfectamente calculada.

Esta es una de las versatilidades de un patrimonio abierto y poliédrico como el flamenco. Los efectos de simulación de situaciones en las que se aspira a palpar, al menos, la posibilidad de adquirir los signos y significaciones colectivas del flamenco. A estar *dentro* de la fiesta, sentir la *intimidad* de la ejecución jonda, a *participar* de la interacción, de la pertenencia, del “nosotros” patrimonial e identitario, siquiera sea a través de un momento finito y eventual de acercamiento.

El contrastado se impone de nuevo. La cultura convertida en mercancía a través del deseo de autenticidad cuando, en realidad, los grandes avances del flamenco como arte creativamente más limpio y desinhibido –¿más auténtico?– puede que vengan hoy dados, precisamente, por las rupturas radicales

Evocación de vecindades y tabancos, y fin de fiesta por bulerías en diversos espectáculos flamencos



Fuente:Revista "La Flamenca"



Fuente:Rafael Manjavacas



Fuente:espectáculo "Jerez Puro Esencia"



Fuente:Feliciano Gil

de quienes buscan la anulación de la forma: *El hecho de que el lenguaje de la comunicación se ha perdido, he aquí lo que expresa positivamente el movimiento de descomposición moderna de todo arte, su aniquilación formal* (Débord, 1999/1967). Lo cualitativo se pierde por el efecto del extrañamiento, y a la vez se busca como reclamo patrimonial del espectáculo.

3. Categorías de clasificación

No es el momento de realizar un análisis, que habría de ser necesariamente pormenorizado y crítico, del alcance que ha tenido el cumplimiento de los desiderandos expuestos en el expediente de candidatura a la UNESCO, atravesado por la demoledora modificación de las políticas culturales a partir de las reducciones presupuestarias en nuestro país. Pero sí de aportar algunas herramientas de tratamiento sistemático que puedan ayudar a las exigencias de esta institución internacional y de las políticas culturales en general.

Teniendo en cuenta los apuntes teóricos anteriores, y para poder activar líneas de salvaguardia, una primera providencia es conocer y normalizar *qué y por qué* hablamos del flamenco como un "patrimonio cultural". Una codificación consen-

suada, tanto en los espacios de la intervención administrativa como en la investigación documental y de campo.

Hemos apostado en varias publicaciones (Cruces, 2000, 2005) por establecer herramientas que permitan afinar las actuaciones sobre el flamenco como bien cultural, a partir de cuatro ejes:

- En el patrimonio material, la descripción formal, usos, funciones, transformaciones, técnicas de trabajo y contexto de utilización de elementos ligados a la ejecución (indumentaria y aderezos, organología instrumental...), registros sonoros y audiovisuales (tanto los históricos como los más recientes; públicos y privados: cilindros de cera, placas de pizarra, vinilos, compactos, incluso la música "desmaterializada" de la red), documentación (gráfica, bibliográfica, fotográfica, audiovisuales, folletos, compendios hemerográficos, cartelería...), y obras de arte plástico de naturaleza flamenca.
- Las expresiones musicales y plásticas, el núcleo del sistema musical flamenco y el referente patrimonial más reconocible popularmente. Aquí se inscriben la confección y estructura de los estilos flamencos, las especificidades de la música flamenca (estructuras, modelos de microcomposición, armonía, melodía, ritmo...), el patrimonio histórico de orígenes e influencias

de las tradiciones musicales, las manifestaciones formales y expresiones plásticas concretas de cante, toque, baile, jaleos, percusión y otra instrumentación, las técnicas de ejecución de los subgéneros anteriores (la “escolástica” del proceso de producción), los modelos de interpretación (fuerza emocional, evocación, espontaneidad, inspiración...), el patrimonio contenido en determinadas unidades expresivas (coreografía y piezas singulares de la historia flamenca).

- c) La oralidad flamenca, que se expresa de forma asociada al cante y a sus formas de comunicación verbal: registros léxicos, fonéticos y morfolingüísticos, *corpus* lírico consolidado (poesía jonda y patrimonio literario, social e histórico), estructuras copulativas de las letras respecto a música, danza e instrumentación.
- d) El flamenco como exposición socializada de las músicas: espacios de sociabilidad y representación y prácticas rituales flamencas, territorios y entornos del flamenco, pequeños espacios privados (sociabilidad informal, ámbitos domésticos y vecinales, entornos laborales, ritos de paso, reuniones de *cabales*...), formas de articulación social en torno al flamenco (segmentación y cohesión), asociacionismo formal (peñas flamencas), espacios mercantiles singulares y *performance* pública (magros eventos, convocatorias cíclicas, pequeños entornos comerciales...)^A
- e) Saberes, símbolos y significaciones culturales, que suponen la categoría aún menos explorada del patrimonio flamenco. Incluyen todo un complejo de saberes y conocimientos, transmisión (reglas mnemotécnicas, aprendizaje, memoria, enculturación de pautas...), oralidad, procesos de expresión y comunicación gestual y corporal, creatividad, oficios y culturas del trabajo (trayectorias profesionales, biografías personales...), culturas étnicas y de género, afición, y aspectos simbólicos de las acciones sociales y de las acciones artísticas.

La cuestión radica en la aplicabilidad de un modelo de epígrafes o elementos matriciales de la “taxonomía” patrimonial del flamenco. Su objetivo descriptivo y, a la vez, clasificatorio, pudiera considerarse *etnografista*, al haber sido diseñado básicamente en el marco de los procedimientos descriptivos asociados a la incoación y catalogación de los bienes culturales. De los resultados prácticos obtenidos hasta hoy en la investigación propia y tutelada, concluimos con los siguientes retos metodológicos que hacen más operativo el esquema:

- a) La conexión entre objeto y acción. En unos casos, los objetos flamencos enunciables serán más

capaces de transmitir significaciones; en otros, su integridad será comprendida sólo a través de la acción o la práctica (Quintero, 2005). La mirada omnicomprensiva a la que tanto ayuda la Antropología es indispensable para no atender a datos descriptivos separados de los contextos históricos, sociales o identitarios en los que se inscriben (cultura musical, estereotipos icónicos, culturas étnicas y de género, trayectorias profesionales, modelos de sociabilidad...).

- b) Las especificidades holísticas del patrimonio flamenco, como conjunto de piezas culturales inextricablemente, unidas incorporan, además, dos elementos del valor expresados en forma de flamenco *de uso* y *de cambio*, como ya hemos visto. Ello producirá, necesariamente, duplicidades en el empleo de los registros de catalogación, y ciertos desajustes entre forma y función. Dos manifestaciones formales similares pueden comportar interpretaciones y semánticas culturales diferenciadas según la forma social del valor, y –a la vez– expresiones difícilmente asimilables en lo morfológico adquirir significaciones sociales similares. Un ejemplo es la aproximación al fenómeno conocido como “nuevo flamenco” urbano que se produce, como ya hemos escrito, en territorios vivos para la música. Su formato, sin embargo, los hace aparecer como apócrifos y profanadores, al ser sus espacios geografías periféricas y sus formas periferias del imaginario de la “tradición”.^A
- c) Ello nos conduce, metodológicamente, a la problemática de la exclusividad e independencia de las categorías propuestas en el esquema. Éstas pueden funcionar como guía para las investigaciones, pero difícilmente permiten una catalogación y medición independientes del todo sistémico, integrado. El estudio, por caso, de la bulería como forma musical del flamenco, atenderá especialmente aspectos contenidos en el apartado b) de la propuesta, pero los datos y resultados se inscribirán en el amplio marco de evidencias y significaciones en el que surge y se reproduce este “palo” flamenco. Algunos indicadores del modelo enunciado, como las culturas del trabajo, étnicas o de género, son transversales al resto de apartados de la lista, y su naturaleza, ontológica y clasificatoriamente, desestabilizaría una clasificación patrimonial que no sólo puede funcionar como acumulación de evidencias exhaustivas y precisas -el flamenco como género visible o reconocible- sino también como un constructo de implicaciones teóricas y metodológicas.
- d) La dialéctica particularismo/holismo en su plasmación etnográfica. Cualquier investigación particular sobre aspectos concretos del flamenco

(un estilo, un conjunto gráfico, un intérprete, una peña...) es, obviamente, más práctica que una aspiración ambiciosa a “investigar el conjunto”. Es éste uno de los mayores déficits de ciertas corrientes de la investigación tradicional y aún presente, que abdican del axioma holístico de los bienes culturales, y por tanto un desafío para el aún incipiente trabajo de campo sobre flamenco. Un ejemplo metodológico de cómo resolver la dialéctica descrita son los trabajos del Instituto Andaluz del Patrimonio Histórico, que inició en 2009 sus trabajos para la confección del *Atlas del Patrimonio Inmaterial de Andalucía*, en convenio con el IAF.^A En esta iniciativa etnográfica, el flamenco comenzó a estudiarse monográficamente desde septiembre de 2011, y se analiza en todos sus ámbitos temáticos de forma relacional, deteniéndose de forma singular en los oficios artesanales relacionados con el flamenco, como la lutería para la elaboración de guitarras u otros instrumentos, oficios relacionados con la indumentaria.^A

4. Conclusiones

Hemos presentado el decurso de las acciones de política y gestión que, a diversos niveles de integración (supranacional, estatal, autonómico) y en sus aspectos culturales, turísticos y económicos, han incorporado el flamenco como un objeto reconocido del patrimonio oral e inmaterial, superando así su vieja consideración como “música menor” y los viejos estereotipos que lastraron su reconocimiento social.

El proceso seguido para la inclusión del flamenco en la Lista Representativa del Patrimonio Cultural Intangible de la UNESCO y su precedente estatutario en Andalucía, evidencian que determinadas acciones cuyo pulso es formalmente administrativo, pueden contribuir a situar los bienes patrimoniales dentro de una cadena de valor referencial (en nuestro caso, político y simbólico, fundamentalmente). Pero también a ampliar las definiciones teóricas que sustentan el bien cultural y la expansión de los significados conferidos a estos bienes, en términos administrativos y formales.

En este sentido, tanto el Estatuto de Autonomía como el expediente remitido a la UNESCO, atendieron a una diversidad de ámbitos. En un caso desde la gestión y políticas públicas, y en otro desde la propia precisión del concepto, amplifican el fácil reduccionismo de una mirada artística al género flamenco y trascienden más allá de la música hacia campos y unidades de análisis compartidas con otros objetos de estudio de las ciencias sociales.

La incorporación del flamenco a las políticas públicas, y por tanto la progresiva penetración

administrativa y económica del sector público, nos ayudan a comprender las estrategias de aglutinación y pugna que pueden despertarse en torno a patrimonios como éste, muy enraizados en contextos de redefinición identitaria. Se ha visto cómo, en este recorrido, convergen intenciones de diversos agentes, tradicionales y emergentes, que despliegan fuerzas reclamando para sí interpretaciones acerca del constructo y ansían protagonizar su interpretación de forma dominante o incluso monopolística.

“Lo flamenco” se ha convertido en los últimos años, en una categoría útil, tensada entre dos fuerzas: el consenso, y la atomización de la interpretación y apropiación simbólica. Los procesos de aglutinación y pugna en torno al flamenco, como se ha constatado, ponen en juego estos desafíos por la interpretación.

En el primer orden, el poder legislativo ha refrendado una serie de principios en el marco de la legislación básica, con el refrendo de los grupos parlamentarios; el Estado ha culminado una candidatura revalidada por la institución supraestatal; diversas “comunidades” se han legitimado como portadoras y transmisoras de la herencia cultural ante la UNESCO. Lo que demuestra cómo, ante una circunstancia de utilidad, las tensiones potenciales por la apropiación de los significados del patrimonio pueden quedar latentes ante expectativas instrumentales.

Sin embargo, este proceso sirve también para constatar cómo agentes, personas y grupos de carácter político, institucional, económico o simbólico, que se mueven dentro de oposiciones y relaciones de dominación, participan desigualmente en la producción de los bienes culturales y establecen diferentes relaciones con ellos, legitimándose de forma contingente a través de estos patrimonios. La *nuestrificación* territorial de las diversas comunidades que suscribieron la candidatura final, los disensos entre gobiernos central y autonómico/s en el devenir del asunto, y las reacciones anti-institucionales de los artistas, acompañan a todo un juego de resistencias de mayor o menor impacto, que sugieren posiciones polisémicas en torno al flamenco como mercado laboral, reificación identitaria o resquicio antihegemónico e impugnador.

También los acercamientos críticos o científicos se incorporan a esta concurrencia por ocupar territorios interpretativos sobre el patrimonio. La Antropología dispone de herramientas metodológicas que pueden contribuir a resemanatizar el concepto, también como objeto de estudio, ofreciendo una aproximación sistemática al flamenco que atienda a lo popular y lo artístico, a lo histórico y lo contemporáneo, a sus valores *de uso* y *de cambio*.

En tal sentido, hemos presentado una propuesta clasificatoria que reconoce los diversos complejos de significado del flamenco como género artístico, bienes materiales, expresiones musicales, oralidad, estética, entornos, rituales, grupos, prácticas, modos de vida, agentes o transmisión. Sugerimos una estructura que comprenda y ordene el patrimonio estrictamente material, sus expresiones estéticas, musicales y plásticas, una oralidad específica, las prácticas, rituales y espacios de sociabilidad y representación en que se manifiesta, y el campo de los saberes, símbolos y significaciones culturales.

Metodológicamente, el papel que puedan jugar aquí las ciencias sociales requiere problematizar sobre la cuestión más amplia de los modelos cerrados y de orientación etnográfico-descriptiva en la investigación. Cualquier indexado taxonómico -tan al uso en el campo de la gestión patrimonial- que proponga etiquetas únicas, particularistas y exclusivas, conlleva inherentemente riesgos para su aplicación. El flamenco, por su combinación específica de objeto y acción, símbolo y significado, particularismo y universalismo, arte y práctica social, nos ayuda a avanzar en el compromiso en el holismo y la contingencia, y a superar conceptos como “autenticidad” o “inmanencia”, fácilmente confundibles con la inefabilidad de un “arte del sentimiento”.

Bibliografía

- Abric, Jean Claude. *Prácticas sociales y representaciones*. México: Ediciones Coyoacán, 1994.
- Agudo Torrico, Juan, “Cultura, Patrimonio Etnológico e Identidad”, *Boletín del Instituto Andaluz del Patrimonio Histórico*, 29, Sevilla, 1999, págs. 36-45.
- Baudrillard, Jean, *El Espejo de la Producción*. Barcelona, Gedisa, 1980.
- Benjamin, Walter, *La obra de arte en la época de su reproductibilidad técnica*, Itaca, México DF, 2003 /1936/.
- Bourdieu, Pierre y Jean-Claude Passeron, *La reproducción*, Editorial Laia, Barcelona, 1979.
- Bourdieu, Pierre, *La distinción. Criterios y bases sociales del gusto*. Madrid, Taurus, 1987.
- Carrera Díaz, Gemma, “Atlas del Patrimonio Inmaterial de Andalucía. Puntos de partida, objetivos y criterios técnicos y metodológicos”, *Revista PH*, Instituto Andaluz del Patrimonio Histórico, número 71, Sevilla, 2009, págs. 18-41.
- Cote Montes, Eva y Rosa Satué López, “El flamenco en el Atlas del Patrimonio Inmaterial de Andalucía. Bases teóricas y metodológicas para su estudio y registro”. I Congreso Internacional de Flamenco, *Libro Blanco del Flamenco*, 2011 <http://www.juntadeandalucia.es/culturaydeporte>.
- Cruces Roldán, Cristina
- “El flamenco y la política de patrimonio en Andalucía”, *Boletín del Instituto Andaluz del Patrimonio Histórico*, 30, págs. 130-143. Junta de Andalucía, Sevilla, 2000.
 - “El flamenco como objeto de deseo. Autenticidad, mercado y políticas culturales”, en Junta de Andalucía, *Patrimonio Inmaterial y gestión de la diversidad*, Instituto Andaluz del Patrimonio Histórico, PH Cuadernos, 17, 2005, págs. 142-156.
 - “El flamenco como objeto de estudio: la perspectiva patrimonial”, Díaz-Báñez, José Miguel y Francisco Javier Escobar Borrego, *Investigación y Flamenco*, Signatura Ediciones, Sevilla, 2012, págs. 31-53, 2011.
 - “El aplauso difícil. Sobre la “autenticidad”, el “nuevo flamenco” y la negación del padre jondo”, Aguilera, Miguel de, Joan E. Adell y Ana Sedeño (eds.), *Comunicación y música*, vol. II, Tecnología y Audiencias, UOC Press, Comunicación, 6, Barcelona, 2008, pp. 167-211.
 - “Hacia una redefinición del concepto “nuevo flamenco”. La intelectualización del arte”, *Actas del III Congreso INFLA, Investigación y Flamenco*, Universidad de Sevilla, 2012.
- Danto, Arthur C., *El abuso del arte*, Paidós, 2009.
- Débor, Guy, *La sociedad del espectáculo*, Barcelona, Pre-textos, 1999 /1967/.
- Díaz Viana, Luis, *Los guardianes de la tradición. Ensayos sobre la “invención” de la cultura popular*, Sendoa, Guipúzcoa, 1999.
- García Canclini, Néstor (coord.), *El consumo cultural en México*, CNCA, México, 1993.
- García Canclini, Néstor, *Imaginario urbanos*, Buenos Aires, Eudeba, 1997.
- García Linera, Álvaro, *Forma valor y forma comunidad*. La Paz, CLACSO, 2009.
- Giménez, Gilberto. “Cultura, Patrimonio y Política Cultural”, en *Estudios sobre las culturas y las identidades sociales*. México: Instituto de Investigaciones Sociales: IIS-UNAM, 2005.
- Guerrero Valdebenito, Rosa María, “Patrimonio cultural mundial, territorio y construcción de ciudadanía. Construcción y apropiación social del patrimonio cultural de la ciudad de Valparaíso-Chile”, *Scripta Nova*, Vol. XVI, 388, Universidad de Barcelona.
- Horkheimer, Max y Theodor Adorno, “La industria cultural. Iluminismo como mistificación de masas”, en *Dialéctica del iluminismo*, Sudamericana, Buenos Aires, 1988.
- Machado y Álvarez, Antonio, *Colección de Cantes Flamencos recogidos y anotados por Demófilo*, Sevilla, 1881.

- Pagura, Nicolás G., "La teoría del valor-trabajo y la cuestión de su validez en el marco del llamado "post-fordismo", *Trabajo y Sociedad*, n.º 15, vol. XIV, Otoño 2010.
- Pahl, Ray E. (ed.), *On Work. Historical comparative and theoretical approaches*. Oxford, Basil Blackwell, 1988.
- Perujo Serrano, Francisco, "El Flamenco y su internacionalización", *Retos de nuestra acción exterior. Democracia Pública y Marca España*, Colección Escuela Diplomática, 18, Ministerio de Asuntos Exteriores y Cooperación, 2012, págs. 225-233.
- Prott, Lyndel, "Definición del concepto del "patrimonio intangible": retos y perspectivas, *Informe Mundial sobre la Cultura, 2000-2001. Diversidad cultural, conflicto y pluralismo*, Madrid, 2001.
- Quintero Morón, Victoria, "El patrimonio intangible como instrumento para la diversidad cultural, ¿una alternativa posible?", en Junta de Andalucía, *Patrimonio Inmaterial y gestión de la diversidad*, Instituto Andaluz del Patrimonio Histórico, PH Cuadernos, 17, Sevilla, 2005, págs. 69-83.
- Scott, James, *The Moral Economy of the Peasant: Rebellion and Subsistence in Southeast Asia*, Yale University Press, 1976.
- Waisman, Marina, "El patrimonio en el tiempo", *Boletín del Instituto Andaluz del Patrimonio Histórico*, 6, Sevilla, 1999, págs. 10-14.
- Ggarantizar la tutela, protección, conservación, salvaguardia y difusión del patrimonio, y promover su enriquecimiento y uso como bien social y factor de desarrollo sostenible y asegurar su transmisión a las generaciones futuras. A la espera de que se apruebe definitivamente su Reglamento General de Desarrollo, documentación y protección del flamenco parece que tendrán un sitio en el articulado sobre protección del Patrimonio Etnológico.* http://www1.ccd.junta-andalucia.es/culturaydeporte/web/html/sites/consejeria/areas/bbcc/Galerias/Adjuntos/proteccion/Proyecto_Reglamento_Patrimonio.pdf2
- ⁵ Ley Orgánica 2/2007, de 19 de marzo, de reforma del Estatuto de Autonomía para Andalucía, BOJA núm. 56 de 20 de Marzo de 2007 y BOE núm. 68 de 20 de Marzo de 2007.
- ⁶ *Patrimoine Oral et Immatériel de l'humanité* (Première Proclamation des chefs-d'oeuvre), UNESCO, 2001.
- ⁷ La administración andaluza (en este caso, la Dirección de la Agencia Andaluza para el Desarrollo del Flamenco) elaboró la candidatura, cuyo expediente, así como toda la documentación obligatoria y suplementaria, se redactó, se diseñó y entregó ante la embajada de España en la UNESCO. Ocupaba la dirección entonces Francisco Perujo, cuyo impulso fue esencial para la empresa. La elaboración del texto final exigió tres frentes de trabajo: el político (alinearse todas las voluntades y unanimidades de todas las administraciones: presentación de proposiciones no de ley en los parlamentos autonómicos y el Congreso, de mociones de apoyo en los ayuntamientos, reuniones entre las consejerías de cultura), el administrativo (con la configuración de una candidatura según lo dispuesto por la UNESCO) y el social (búsqueda de adhesiones). Aunque el trabajo suelen hacerlo las comunidades autónomas desde sus direcciones generales de patrimonio, en la UNESCO están representados los estados y es el gobierno central quien acaba registrando, defendiendo y haciendo suya su candidatura.
- ⁸ Asimismo, se crea un Fondo del patrimonio cultural inmaterial con contribuciones de los Estados Parte (capítulo IV). Se puede consultar un "Kit" de dicha Convención - una de las siete Convenciones de la UNESCO en el campo de la cultura - en la página web de la institución, <http://www.unesco.org/culture/ich/es/kit>
- ⁹ Contribuciones de la autora a estas propuestas pueden consultarse en la bibliografía final. En 2011, Portugal acometió el expediente de solicitud a UNESCO de incorporación en la Lista Representativa del Fado, pero optó por restringir los contenidos a los artistas, no tanto a las referencias socializadas de esta música.
- ¹⁰ <http://www.unesco.org/culture/ich/index.php?lg=es&pg=00011&RL=00363> <http://www.youtube.com/watch?v=qEJAQuEgGzQ>
- ¹¹ *Declaración Solemne sobre los Principios de la Cooperación Cultural Internacional*, UNESCO, 1966, www.unesco.org/laWs
- ¹² Lo que significa que, en este ámbito exclusivo y en su territorio, el derecho andaluz es de aplicación preferente sobre cualquier otro, teniendo en estos casos el derecho estatal carácter supletorio, a diferencia de otro tipo de competencias establecidas por la norma básica (compartidas, ejecutivas o en relación con la aplicación del derecho comunitario).
- ¹³ Fundamentalmente, los del Río Guadalquivir, también de competencia exclusiva de Andalucía en el Estatuto aprobado en 2007. Como es sabido, la reclamación presentada por la Junta de Extremadura derivó en la anulación por el Tribunal Constitucional del artículo afectado.
- ¹⁴ En palabras de Kurt Gross (*v. infra*).

Notes

- ¹ Esta dimensión identitaria del patrimonio, que se sustenta en el respaldo social de aquellos elementos materiales o inmateriales de la cultura que el pueblo siente como propio y referencial, puede constatarse en los datos del *Barómetro Andaluz de la Cultura*, que establece un consenso del 75% en su reconocimiento como eje cultural. Entre 2010 y 2012, las cohortes de entre 18 y 44 años han incrementado especialmente esta percepción. Aunque las "tradiciones" conforman el grueso de lo que *identifica* a la cultura andaluza, los conceptos ligados al legado histórico - patrimonio y sus monumentos- se mantienen a la cabeza de lo que la opinión andaluza reconoce como «representativo» de la cultura de Andalucía. http://www1.ccd.junta-andalucia.es/culturaydeporte/web/html/sites/consejeria/estadistica/Galerias/Adjuntos/estadistica/BACU/E-1008_BACU_2012.pdf
- ² El CAF, creado por el Decreto 159 de 13 de Octubre de 1993, es básicamente un centro de documentación que se adscribió a la Junta de Andalucía tras una etapa inicial como Fundación Andaluza de Flamenco, de carácter privado.
- ³ BOJA núm. 76 de 03/07/1999, y posteriores: BOJA núm. 252 de 28/12/2010, BOJA núm. 241 de 12/12/2011 y BOJA núm. 2 de 04/01/2012.
- ⁴ Sin embargo, y en términos generales, el flamenco tiene cabida. El artículo 1 de la Ley marca como objetivos

- ¹⁵ Antonio Machado y Álvarez, *Demófilo*, con el flamenco apenas recién nacido, ya alzaba la voz contra la contaminación del café cantante frente al *auténtico* canto popular de las familias gitanas. Obviaba así su propia afirmación de que el flamenco nace, en realidad, como “género propio de cantaores” (Machado y Álvarez, 1881).
- ¹⁶ Declaraciones personales de Kurt Gross en el *I Congreso Internacional de Flamenco*, Sevilla, 2011. Se trata del Director del Museo del Baile Flamenco de Sevilla, un espacio que trabaja sobre modelos de “experiencia”. *Libro Blanco del Flamenco*, <http://www.juntadeandalucia.es/culturaydeporte>
- ¹⁷ *El que roba pa comé / me lo roba y me lo prende / el que roba muchos miles / ese no encuentran los duendes / ni tampoco los (guardias) civiles*, <http://www.youtube.com/watch?v=Jgm225mJcZo>. Pinilla dice echar en falta “ahora y más que nunca, implicación en los artistas flamencos, no solo política, sino social, ética y moral”. Autores como José Manuel Gamboa o Alfredo Grimaldos han documentado las relaciones de artistas flamencos con el sindicalismo la República y el antifranquismo.
- ¹⁸ Para el acto de graduación, http://www.youtube.com/watch?v=kYb_xu-ulfg
En <http://culturaactiva.com/flo-6x8-muerte-al-capital/> se pueden visionar acciones de Flo6x8 como *Cuatro trileros*, *La niña Ninja rompe el monedero*, *Bankia: pulmones y branquia*, *Rumba-rave Banquero*, *Seguiriya dación en pago* u *Operación trapos sucios*. Coplas alusivas, de formato tradicional, son *Ay, Bankia, Bankia/pá ti seis pulmones/pá mi ni una branquia; No te voy a querer/aunque me quítaras/el interés*. Para el zapateado sobre la sepultura de Queipo, <http://www.youtube.com/watch?v=ZyxeauT-ac0>
- ¹⁹ El Programa cuenta en la actualidad con cinco Tesis Doctorales y casi cincuenta trabajos de investigación leídos.
- ²⁰ *La Commissione d'indagine per la tutela e la valorizzazione del Patrimonio storico, archeologico, artistico, e del paesaggio*, abreviadamente Comisión Franceschini, en honor a su Presidente.
- ²¹ Consultar, para una crítica a estas dicotomías, Díaz Viana, 1999, y Agudo, 1999.
- ²² La revisión sucesiva de posiciones teóricas en el postfordismo es un empeño que supera los objetivos de este artículo, y exigiría acometer la noción de “trabajo abstracto”. Sabemos que, en la teoría clásica, el valor de cambio tiene que ver con el trabajo depositado en él según un patrón de mercado que, para la crítica marxista al modelo, tenía sentido sólo en las economías mercantiles. Por tanto, los procesos creativos y singularizados de producción, como activos intangibles, no tendrían un valor de cambio relacionado con el tiempo de trabajo necesario para su reproducción. Sólo la forma del valor, como intercambiabilidad de los productos del trabajo, queda determinada por la cantidad de trabajo derivada del tiempo. Éste es el que otorga la magnitud mensurable del valor de las mercancías, que habrían de ser entonces reproducibles, multiplicables o repetitivas, generadoras de objetos o bienes idénticos, serializados. Se puede consultar al respecto Pagura, 2010.
- ²³ Según el modelo del que nos advirtió ya en los años 30 Walter Benjamin. Su crítica a la reproducción de la obra artística radica en algo muy cercano a lo que vale para el patrimonio cultural: *Incluso en la más perfecta de las reproducciones una cosa queda fuera de ella: el aquí y ahora de la obra de arte, su existencia única en el lugar donde se encuentra... Todo el ámbito de la autenticidad escapa a la reproducibilidad técnica —y por supuesto no sólo a ésta* (Benjamin, 2003/1936: 42-43).
- ²⁴ <http://www.unesco.org/new/es/culture/themes/cultural-diversity/cultural-expressions/>
- ²⁵ En este sentido, la categoría de “Sitio Histórico” se subsumiría, para el flamenco, en una figura relevante por sus valores etnológicos de producción popular, más que monumentales o artísticos, con independencia de que éstos existan. La sede de la Peña la Platería, por ejemplo, situada en un carmen de Granada, sería patrimonio flamenco no por sus características singulares de antigüedad o valor arquitectónico, sino por su capacidad para alojar manifestaciones de sociabilidad colectiva flamenca.
- ²⁶ Cruces, 2008:181-182, tras afirmar que *las músicas aflamencadas de los 80, 90 y primeros años del siglo XXI contravienen no sólo el lirismo de la “pureza musical”, sino también el de la “pureza ritual” (...)* Ya no podemos pintar viejos cuadros de familias extensas en torno a una candela o en una gañanía, aunque estas estampas sigan mitificadas como circunscripción autenticadora y sirvan de inspiración simbólica. Ahora es la música para-flamenca, de fusión, la tenida por “no verdadera”, la que verdaderamente late en la calle. Y son otros, espacialmente periféricos y metamorfoseados en su apariencia, los contextos que cumplen las funciones de aquellos cuadros. Esta es una cuestión esencial, a nuestro juicio, en la comprensión cultural del “nuevo flamenco”, sobre cuya definición y diversidad nos hemos pronunciado en Cruces, 2012.
- ²⁷ Se puede consultar en detalle de la metodología del Atlas en Carrera, 2009.
- ²⁸ Para su desarrollo, consultar Cote y Montes, 2011.

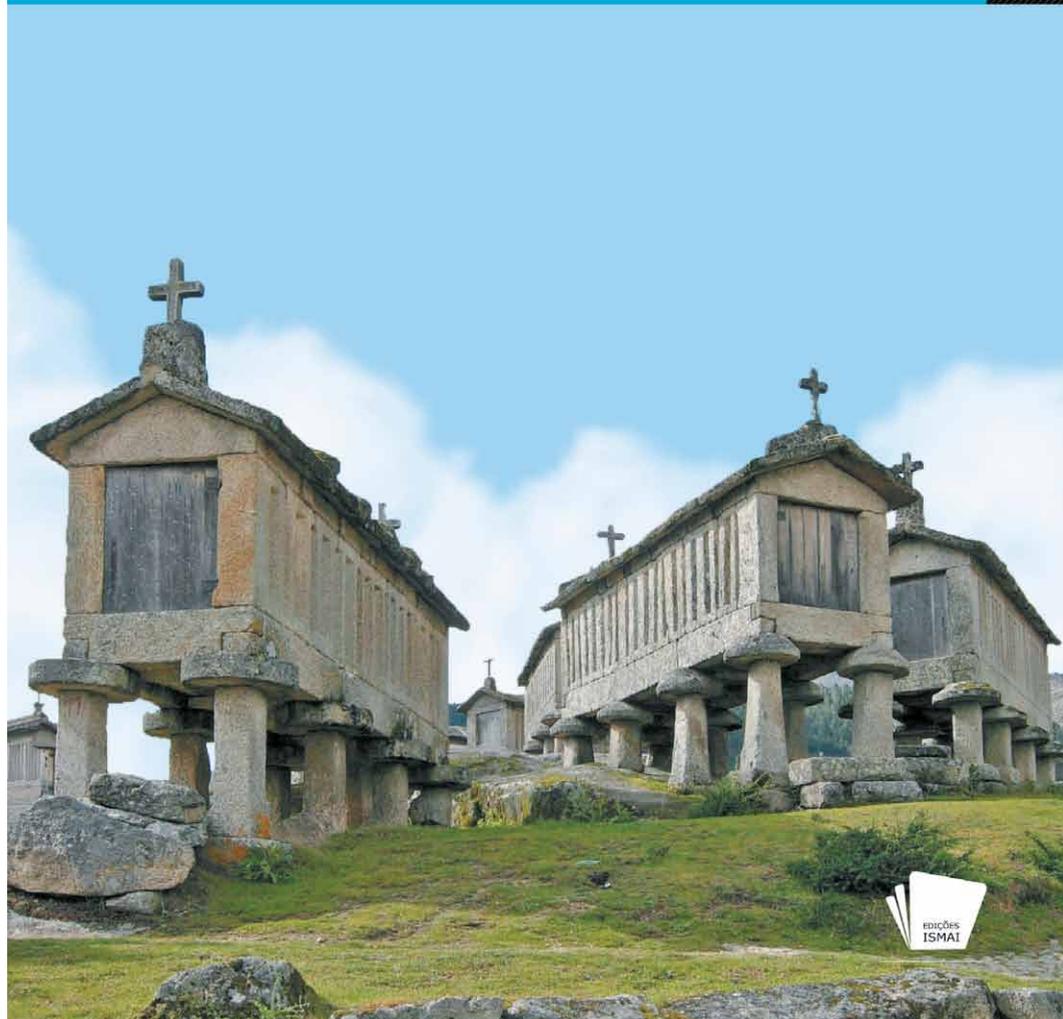
Recibido: 11/13/2013
 Reenviado: 06/02/2014
 Aceptado: 10/02/2014
 Sometido a evaluación por pares anónimos

Xerardo Pereiro Pérez

CADERNOS DE TURISMO 02

TURISMO CULTURAL

Uma visão antropológica



Mais informações sobre a obra em: cedtur@ismai.pt

El patrimonio etnográfico y el sujeto artístico

Blanca Flor Herrero Morán*

Universidad de Salamanca (España)

Resumen: Durante la edad contemporánea el patrimonio etnográfico ha cobrado un protagonismo inusitado influyendo en numerosos ámbitos entre los que destaca la historia del arte. El papel del patrimonio etnográfico en el arte va más allá del rechazo del concepto artes menores pues engloba numerosas obras excepcionales, nunca inferiores ni serviles.

El principal objetivo de este artículo es reflexionar sobre la influencia del patrimonio etnográfico en el sujeto artístico partiendo de dos aspectos: los artistas inspirados en el arte primitivo y la presencia de la etnografía en las obras contemporáneas. En un primer momento el acercamiento al patrimonio etnográfico fue un tanto superficial por centrarse en su carácter exótico y primitivo. Paulatinamente se ha producido un mayor y mejor conocimiento del patrimonio etnográfico gracias, entre otros hechos, al desarrollo de disciplinas como la antropología y la etnografía.

Palabras Clave: patrimonio, etnografía, sujeto, arte, artista, primitivismo.

The ethnographic heritage and artistic subject

Abstract: During the contemporary age ethnographic heritage has gained a prominence unusual influence in many areas, notably the history of the art. The role of ethnographic heritage in art goes far beyond the rejection of the concept arts minor because it includes numerous works outstanding, never inferior or subservient.

The main objective of this article is to reflect on the influence of the ethnographic heritage in the artistic subject based on two aspects: the artists inspired by primitive art and the presence of Ethnography in contemporary art. At first, the approach to ethnographic heritage was somewhat superficial by focusing on its exotic character. Gradually there is a greater and better knowledge of the ethnographic heritage thanks to, among other events, the development of disciplines such as anthropology and ethnography.

Key Words: heritage, ethnography, subject, art, artist, primitivism.

1. Introducción

El presente artículo no pretende ser un estudio minucioso y pormenorizado de las obras y los artistas influenciados de manera directa o indirecta por la etnografía sino una reflexión sobre la influencia del patrimonio etnográfico en el sujeto artístico de la edad contemporánea de forma global. Partiendo de la puesta en valor del patrimonio en general y del patrimonio etnográfico en particular se han seleccionado diversas obras y artistas significativos, conocidos

y reconocidos dentro de la historia del arte, con el fin de demostrar la existencia de un importante campo de investigación poco desarrollado hasta el momento actual que debe ser potenciado y puede dar abundantes y jugosos frutos.

2. El primitivismo

En la edad contemporánea, el arte primitivo empieza a ser valorado a nivel artístico por diversas instituciones y personalidades. Es más, el siglo

* Doctora en Historia del Arte por la Universidad de Salamanca (España); E-mail: blancaflorhm@hotmail.com

XX es considerado para muchos críticos de arte como el siglo del primitivismo debido a la afición que numerosos artistas, especialmente los más jóvenes, tuvieron por el arte primitivo con el que contactaron a través de sus visitas a diferentes países y museos. Por ejemplo, Derain, Vlaminck y Picasso visitaron el Museo del Trocadero de París, Kirchner y Schmidt-Rotluff del grupo Die Brücke acudieron al Museo Etnológico de Dresde o los miembros de Blaue Reiter asistieron a diversos museos etnológicos europeos. Este hecho no es aislado, pues desde mediados del XIX dos disciplinas, la etnografía y la antropología, empiezan a cobrar un protagonismo cada vez mayor gracias al nacionalismo, al colonialismo y al romanticismo.

No existe un único tipo de primitivismo ni una terminología que defina y englobe las piezas primitivas. Como indica Marina Muñoz Torreblanca: los diferentes tipos de primitivismos coincidentes con un capítulo del libro *Primitivism in modern art* de Robert Goldwater, son primitivismo “psicológico” (“arte de los locos”), “biográfico” (“arte de los niños”), “romántico” (Gauguin y los fauves), “afectivo-emocional” (el expresionismo de Die Brücke y Der Blaue Reiter) “intelectual” (Picasso, el cubismo y la abstracción) y el “primitivismo que proviene del subconsciente” (Klee, el dadaísmo y el surrealismo). (Muñoz, 2009:8).

El mundo de las definiciones y de los conceptos, máxime cuando se trata de estudiar piezas relacionadas con fenómenos sociales y culturales, suele ser un campo de batalla. Debido a la inexistencia de un único concepto que designe a las piezas primitivas, a lo largo del tiempo se han empleado indistintamente expresiones como: “artes primitivas”, “artes tribales”, “artes exóticas”, “artes primeras”, “artes etnológicas”, “piezas etnográficas”, “folklore”, “artesanía”, “arte ingenuo”, “arte popular”...

La sucesión de términos que se han ido utilizando para denominar a dichas piezas ejemplifican el rápido desgaste que las palabras tienen cuando un concepto es difícilmente definible. Hasta llegar a la expresión “patrimonio etnográfico”, se han acuñado diversos términos que debido a su uso indiscriminado se han convertido en tópicos que por ser demasiado populares y generalistas han ido perdiendo valor intrínseco y extrínseco.

También se emplean diferentes calificativos: tradicional -alusivo a la transmisión de las costumbres, típico -enraizado con unas características propias-, vernáculo -vinculado a un lugar-, autóctono -contextualizado en un territorio-, rural -relacionado con el campo y las labores productivas-, popular -realizada por y para el pueblo-...

El hecho de que se hable de influencia del primitivismo en vez de patrimonio etnográfico, así como del empleo de términos como salvaje o

bárbaro no impide que se valore el protagonismo que el patrimonio etnográfico ha cobrado en los últimos tiempos gracias sobre todo al nacimiento y desarrollo de disciplinas como la etnografía, la etnología y la antropología.

Generalmente, se entiende por arte primitivo aquel que se produce en las sociedades primitivas prehistóricas (sin escritura alguna). En los últimos años, la distancia histórica ha ido desterrando el carácter peyorativo del concepto primitivo. Primitivo no significa ni debe ser sinónimo de salvaje o incivilizado. Primitivo no equivale a atraso o retraso sino a anterior. Gombrich puntualizó: “*Llamamos pueblos primitivos a esos pueblos, no porque sean más simples que nosotros -los procesos de su pensamiento son a menudo mucho más complejos- sino porque se hallan mucho más próximos al estado del cual emergió un día la humanidad*”. (Gombrich, 2003: 39). Para Francisca Hernández: “*todo objeto etnográfico, ya sea denominado primitivo o exótico, ha surgido dentro de una determinada cultura y, como tal, está llamado a ser propiedad del pueblo*”. (Hernández, 1998: 47). Estela Ocampo ha reflexionado sobre la relación existente entre el arte primitivo y el arte occidental incidiendo en la evolución de ambos conceptos centrándose en sus diferentes usos y significados y en la hibridación producida entre ellos. Para Estela el contexto es esencial para comprender el arte primitivo que no puede entenderse sin el mito y el rito. (Ocampo, 2011).

3. La etnografía y la antropología

Durante varios años se utilizaron, casi de forma indistinta, los términos de antropología y etnografía o etnología, pero hoy en día las diferencias entre ambos son más que evidentes sobre todo la acepción que de dichos términos se tiene en cada país en función de las escuelas teóricas surgidas en ellos. María Bolaños indica que la ambigüedad terminológica, propia por lo demás, de toda ciencia joven, que oscila entre *etnología* (denominación preferida por los estudiosos franceses) y *antropología* (término favorito de los anglosajones) se basa en consideraciones etimológicas e históricas. (Bolaños, 1997: 268).

La etnografía es una disciplina que surge a partir del siglo XV como consecuencia de las exploraciones y conquistas efectuadas principalmente en América en las que se elaboraron las primeras descripciones de las formas de vida y prácticas culturales. Durante esta etapa, la etnografía adquirió el esquema de relatos que consistían en la redacción de monografías de la vida de los pueblos conquistados. De ahí su significado etimológico:

ethnoi del griego, “*el otro o bárbaro*” y graphein, “*describir*”. Ahora bien, la etnografía no es sólo “la descripción (grafe) del estilo de vida de un grupo de personas habituadas a vivir juntas (athnos)” o la parte descriptiva de la etnología. La etnografía es una interpretación crítica que trata de revelar las significaciones de las distintas acciones de un determinado grupo social (en función de que la dimensión del ámbito o contexto que se pretende estudiar sea mayor o menor se habla de macroetnografía o microetnografía). Por tanto, el término etnografía hace alusión tanto a una forma de actuar en la investigación de campo, como al producto final de la actividad investigadora.

En el siglo XIX la etnografía se centraba en reconocer los orígenes de la humanidad, constatar el desarrollo étnico y racial y distinguir entre civilización y barbarie, lo tradicional y lo moderno, lo urbano y lo rural, lo marginal y lo central. En el siglo XX se produce un importante cambio ya que el objetivo de la etnografía es describir lo que las personas de un sitio, estrato o contexto concreto hacen habitualmente y explicar los significados que se le atribuyen a ese comportamiento. Lo que sí ha prevalecido es la exclusión de la prehistoria como campo de estudio de la etnografía pues aunque ambos grupos de estudio tengan nexos temporales y metodológicos existe otra disciplina, la arqueología, que se ha encargado del estudio de las piezas prehistóricas y que en la actualidad abarca campos muy diversos entre los que se encuentra la etnoarqueología. Dado que etimológicamente la arqueología es un concepto que proviene del griego y significa la ciencia (*logos*) que estudia lo viejo o antiguo (*archaios*), en la actualidad dicha disciplina abarca todos los periodos de la prehistoria y la historia en detrimento de la visión tradicional que delimitaba su campo de actuación al período prehistórico. No obstante, estas disciplinas aunque sean diferentes e independientes son complementarias y auxiliares.

La antropología surge a la par que la etnografía. El concepto de antropología proviene de dos palabras griegas *anthropos* y *logos*, la primera significa hombre y la segunda tratado, estudio, discurso, reflexión o pensamiento. Sin embargo, este sentido no es el originario de la expresión, ya que en un principio ésta aludía a la capacidad del hombre (*anthropos*) para hablar (*legein*) de sus semejantes.

En su uso más generalizado, la antropología comprende la ciencia -en sentido amplio- del hombre y la sociedad y del conocimiento global del hombre en sí mismo y en toda su extensión histórica y geográfica.

Aunque la antropología cultural y la antropología social se han convertido en las últimas décadas,

en las disciplinas antropológicas por antonomasia, se considera que las tres matrices disciplinares predominantes y vigentes de la antropología en relación a la etnología y la etnografía son: la antropología cultural (escuela americana), la antropología social (escuela inglesa) y la antropología estructural (escuela francesa). La primera estudia las producciones humanas, materiales y simbólicas; la segunda estudia las relaciones de los individuos que conforman la estructura social; y la tercera explica la estructura inconsciente del pensamiento humano y su integración en el universo.

El reconocimiento y desarrollo pleno de ambas disciplinas, etnografía y antropología se produjo a mediados del siglo XIX de la mano del nacionalismo, del romanticismo y del colonialismo europeo.

A su vez, las grandes exposiciones de tipo etnográfico características de este momento influyeron decisivamente en la creación de museos etnográficos que empezaron a ser visitados por numerosos artistas que se sentían atraídos e intrigados por un patrimonio lejano y cercano al mismo tiempo (lejano porque la procedencia de muchas piezas era externa a Occidente y cercano por ser expresiones y manifestaciones del ser humano). A finales del XIX nacieron: el Museo del Trocadero en 1878 que toma el nombre del Palacio de la Industria construido para la ocasión, sede primero de la exposición y luego del museo; el Museo Etnográfico de Giuseppe Pitre procedente de la Exposición Universal de Palermo de 1891; el Museo de Historia Natural de Chicago que procede de la Exposición Colombina celebrada en 1893; o el Museo Tervuren de Bruselas dedicado al Congo Belga, que proviene así mismo de la Exposición Universal de 1897 organizada en dicha ciudad.

4. Artistas de las vanguardias inspirados en el arte primitivo

Concretamente en 1984, se celebra en el MOMA (Museum of Modern Art) de Nueva York una exposición titulada “Primitivism in Twentieth Century Art: Affinity of the Tribal and the Modern”, que se centra las relaciones existentes entre el arte moderno y el arte primitivo a lo largo del siglo XX. Se expuso una recopilación de doscientas máscaras, esculturas y objetos de África, Oceanía y América del Norte confrontados a ciento cincuenta obras de artistas influenciados por el primitivismo como Gauguin, Matisse, Picasso, Brancusi, Modigliani, Klee, Giacometti o Ernst.

El primitivismo influyó en las vanguardias a través del arte, la artesanía y los artefactos que fueron asimilados por diversos artistas de modos distintos.

Se considera que uno de los iniciadores de la pasión y la afición por el arte primitivo fue el pos-impresionista Paul Gauguin quien entró en contacto con el arte oceánico primero en la zona de las Antillas y luego en la zona de Polinesia. El primitivismo influyó decisivamente en la obra artística de Gauguin pues su convivencia con los pueblos primitivos, considerados poco evolucionados en ese momento, le permitió crear obras muy atractivas visualmente por su expresividad y su carácter exótico. En su etapa final, al darse cuenta de la destrucción de arte polinesio por culpa de los misioneros realiza obras escultóricas (como *Oviri* o *La Tueuse*) y pictóricas (como *El día de los dioses* o *Jinetes en la playa*) con el objetivo de conservar, salvaguardar y recuperar la mitología y las tradiciones que estaban desapareciendo.

A principios del siglo XX destacan varios artistas pertenecientes al fauvismo como Matisse, Derain o Vlaminck quienes descubren de forma conjunta la estatuaría negra africana y le otorgan al color un gran protagonismo e independencia. El fauvismo es un movimiento artístico que debe su nombre a la frase pronunciada por el crítico de arte francés Louis Vauxcelles con motivo de una exposición celebrada en el Salón de Otoño de París en 1905: "Donatello au milieu des fauves". La expresión hacía referencia a una escultura de estilo renacentista que se exponía entre otras obras de diversos artistas caracterizadas por el uso pronunciado de colores vivos, disonantes y salvajes. Se trataba de pinturas que expresaban emociones a través de temas sencillos, de colores exacerbados, de pinceladas libres, de trazos sin restricciones, de rasgos exagerados, de movimientos gestuales y de formas audaces. Junto a la designación de fauvistas (bestias salvajes) muchos artistas de este movimiento se autodenominaron como bárbaros por su connotación de experiencia natural y expresión directa. El uso del color para expresar emociones fue una revolución en el fauvismo que influyó en movimientos artísticos posteriores como el expresionismo y el expresionismo abstracto.

Henri Matisse conjugó con maestría los postulados pos-impresionistas con las peculiaridades del arte africano y el arte oriental que conoció a través de sus estancias en diferentes ciudades y museos. Empleó el color tanto para expresar sensualidad como para hacer una organización espacial estructurada que permitía crear zonas diferenciadas dentro de sus obras que fueron mayoritariamente pictóricas. Cabe destacar sus papeles recortados realizados en la parte final de su carrera -debido a sus dificultades motoras- con las técnicas de superposición y yuxtaposición como *El panel de máscaras*, *La Danza*, *El Lago*, *Desnudo*, *Arabescos negros* y *violetas sobre fondo naranja* o *Zulma*.

En las pinturas de André Derain el color ocupa la superficie, se aplica saturado y no existe el claroscuro ni las sombras. Derain también se interesó por el cubismo y el primitivismo y realizó no sólo obras pictóricas centradas en el paisaje y el desnudo, sino también numerosas obras escultóricas con forma de máscaras. Además fue coleccionista de piezas de etnografía que le sirvieron de inspiración a lo largo de su trayectoria artística.

La primera vocación de Maurice de Vlaminck no fue la pintura, por lo que fue un pintor influenciado por diferentes movimientos artísticos y circunstancias vitales que le llevaron al autodidactismo. Fue esencialmente un paisajista que empleaba la pincelada acelerada, los empastes densos y el cromatismo agresivo.

En los primeros años, se consideraba arte primitivo indistintamente a lo africano, lo polinesio, lo oceánico, lo egipcio, lo islámico o lo indio. Los miembros del *Brücke* y del *Blaue Reiter* amplían el concepto a la escultura de los pueblos exóticos, a los dibujos de niños y a su propio arte. Picasso y Braque aplican el término tanto a las esculturas africanas como a la pintura de artistas naïf.

Pero la sensibilidad de estos artistas de principios del siglo XX no era generalizada. En un reportaje realizado en 1907 sobre el Museo del Trocadero se comenta de forma explícita que: "*A pesar del loable esfuerzo del Dr. Hamy, fundador del Museo Etnográfico del Trocadero en 1878, objetos usuales, rituales y obras de arte traídas de las colonias y de diversas misiones científicas de América, África y Oceanía apenas son valoradas. Las colecciones están enterradas en el polvo, sin ninguna preocupación por el orden o la claridad, incluso dentro aún de los embalajes que llegaron, convertidos apresuradamente en armarios. No obstante, en esta prodigiosa leonera, la poesía surge del carácter mágico de las armas de guerra, instrumentos de caza y de pesca, ornamentos y máscaras, fetiches que dan la impresión de ser sobrenaturales*". (VV. AA., 1993: 91).

Precisamente en 1907 Picasso realiza *Las señoritas de Aviñón*, un cuadro surgido -en gran parte- de la visita del artista al Museo del Trocadero donde experimentó el descubrimiento del arte negro. Es la obra que marca el inicio de su periodo africano y del protocubismo. Los rostros de las mujeres están influenciados por el arte africano, las pinturas egipcias, las esculturas ibéricas y los frescos medievales.

Esencialmente las principales obras de carácter etnográfico que conocieron e influenciaron a los artistas de finales del XIX y principios del XX se enmarcan dentro del arte africano donde destacan las piezas escultóricas pertenecientes a diferentes tribus como las estatuillas y las máscaras que por

su carácter mobiliario eran fáciles de transportar y de llevar de un país a otro.

Die Brücke (El Puente) y Der Blaue Reiter (El Jinete Azul) fueron dos movimientos pictóricos de vanguardia pertenecientes al expresionismo alemán que se inspiraron en numerosas corrientes artísticas como: el gótico, el simbolismo, el posimpresionismo, el neopresionismo, el fauvismo, el modernismo, el arte africano, el arte oriental, el arte primitivo, o el arte infantil. Ninguno de los dos movimientos artísticos fue homogéneo sino que agrupaban a artistas de gran diversidad estilística que compartían algunos rasgos comunes como la temática de soledad y miseria, el cromatismo exacerbado, la defensa de la subjetividad y la individualidad o la reflexión existencialista.

Por otro lado, el arte naif -que etimológicamente significa arte ingenuo- supone una constante evocación de lo popular permitiendo una libertad de conceptos y procedimientos ya que lo naif no se circunscribe a ningún país concreto sino que abarca a un gran número de naciones y pueblos, es un fenómeno mundial. Para muchos especialistas en la materia el arte naif es una culminación del arte popular y tiene connotaciones infantiles porque conjuga la espontaneidad, la ingenuidad, el autodidactismo y la sencillez aparente. Concretamente, para Juan Ramírez, *la clave del naif está en que no tiene un filtro estético preconcebido que se interponga sistemáticamente entre la realidad (externa o imaginaria) y el cuadro.* (Ramírez, 1976: 176). Dentro de los artistas naif cabe destacar a Rousseau el aduanero con obras como Paisaje tropical con un gorila atacando a un indio, La guerra, El sueño, La encantadora de serpientes, o La gitana dormida, caracterizadas por su exotismo, tono poético, cromatismo y figuras planas.

5. La presencia de la etnografía en el arte contemporáneo

A lo largo del tiempo, el patrimonio etnográfico ha sido entendido de distintas maneras, pasando de ser concebido como un mero objeto utilitario hasta el siglo XIX, a ser considerado un auténtico objeto artístico desde el XX. Muchos artistas contemporáneos han empleado objetos reales para su trabajo, manipulándolos, recreándolos o dándoles una nueva significación artística.

Varios son los artistas que han incluido la etnografía en sus obras, pero vamos a destacar cuatro ejemplos significativos pertenecientes a diversas disciplinas artísticas y realizados en distintos momentos y lugares con el fin de ofrecer una visión caleidoscópica que muestre la influencia del patrimonio etnográfico en el arte contempo-

ráneo desde diferentes puntos de vista, prismas y enfoques: el *Objeto -Desayuno en piel-* de Meret Oppenheim, la *Corona de espinas* hecha con rejas de arado de José Luis Coomonte, el videoperformante *Techocharro* de Kaoru Katayama y el *Pabellón de España en la Exposición de Sanghai* del estudio Miralles-Tagliabue.

El *Objeto -Desayuno en piel-* es una obra surrealista notoria por el choque inverosímil-real que produce. Su creación fue inspirada en una conversación entre Meret Oppenheim, Pablo Picasso, y Dora Maar en el París café. Admirando las pulseras ajustadas de piel de Oppenheim, Picasso comentó que uno podría cubrir más o menos algo con piel; y Oppenheim contestó “incluso esta taza y platillo”. Titledo *Objet: Le déjeuner enfourruré* por el líder del surrealismo André Bretón parodiando la obra de Manet conocida como *Desayuno en la hierba*, es una taza y un platillo comprados en unos grandes almacenes parisinos y cubiertos con la piel de una gacela china. En esta obra de 1936, la objetualidad ha sido negada por la modificación de su funcionalidad.

Esta obra contradice la funcionalidad que esperamos de ella al haber sufrido una alteración sustancial en aquella parte que más la define como utilizable, manteniendo inalterables el resto de las propiedades que la hacen perfectamente reconocibles en su ámbito, algo que provoca en el espectador un grado de perturbación psíquica difícilmente igualable.(...) La taza de té repele ser utilizada por la textura incorporada a su superficie interior pero su forma original, que podemos identificar claramente, nos la hace reconocer como manipulable. La tensión entre ambos extremos hace que el espectador se implique con todo su potencial perceptivo e intelectual y le permite reconocer que, en buena medida, la obra mantiene su atracción gracias a las sensaciones y respuestas contradictorias que la realidad ambigua del objeto le provoca”. (Lledó, 1997: 216).

Desde luego, una taza y una cuchara son hechas para ser puestas en la boca. Pero, en este caso, la piel puede encantar al tacto y a la vista pero no al paladar ni a la lengua. El trabajo aprovecha las diferentes variedades del placer sensual y de los sentidos como el gusto, el tacto o la vista. Este objeto cubierto de piel representa el punto de tensión entre lo cotidiano y lo extraño. La idea clásica de que la belleza se relaciona con la funcionalidad de tal modo que aquellos objetos que sirven para el fin que fueron creados son los más bellos no se cumple en esta obra que pone de manifiesto justo lo contrario. En el momento actual, no se trata tanto de relacionar los conceptos belleza-funcionalidad como de reivindicar su independencia e individua-

lidad. Se apuesta por la subjetividad en detrimento de la objetividad.

Por su parte, José Luis Alonso Coomonte, escultor y coleccionista zamorano, ha realizado varias obras con objetos etnográficos que suponen la culminación de una amplia experimentación objetual. Coomonte parte de piezas utilitarias, para convertirlas en una obra de arte compuesta de diferentes objetos que pierden sus atribuciones originales y adquieren nuevas características. Cabe destacar la influencia en su obra del “arte pobre” de finales de los 70 del siglo pasado que se caracterizó por la utilización de materiales pobres como piedras, maderas, hojas, telas y diversos materiales de desecho. La *Corona de espinas* es una obra artística de gran envergadura realizada en 1999 con rejas de arado de hierro que pertenece a la Hermandad de Jesús de la Tercera Caída y procesiona en la Semana Santa de Zamora el lunes santo por la tarde. En dicha procesión además de llevarse en andas esta pieza también procesionan otras obras de Coomonte que configuran una curiosa colección de cruces entre las que cabe destacar una Cruz realizada con yugos de arar. Coomonte afirma que su obra *Corona de espinas*, expuesta en las Edades del Hombre de Medina del Campo y Medina de Rioseco del 2011, vincula el sentimiento religioso con el sentir de la tradición y lo popular.

Por medio de esta obra, Coomonte otorga a las rejas de arado una funcionalidad distinta a la original y un simbolismo nuevo. Las rejas de arado pertenecen al ámbito rural y tienen un sentido práctico y utilitario pues se emplean para el trabajo en el campo (desmenuzar la tierra). Sin embargo, en esta obra las rejas de arado al ser colocadas formando una corona de espinas han perdido su uso profano y se les ha dado una función religiosa ya que aluden a uno de los objetos más importantes de la pasión de Cristo (la corona de espinas es un arma christi).

Kaoru Katayama es una artista japonesa afincada en España desde 1992 que a través de sus obras explora los choques culturales y el mestizaje desde su condición de extranjera. En el videoperformance *Tecnocharro* realizado en 2004, Kaoru invita a un grupo de danza tradicional charro (apelativo con el que popularmente se alude a lo salmantino) a bailar con el sonido de una sesión de música tecno en su propio local de ensayo. El hecho de plantear en un espacio conocido por los danzantes un suceso imprevisto provoca inicialmente una resistencia a unirse a un tipo de música tan diferente a la suya habitual. Al final, el debate generado en torno a la comunicación e incomunicación cultural se resuelve mediante la búsqueda y el encuentro de ritmos musicales a los que los bailarines salmantinos adaptan sus pasos de forma paulatina a lo largo

de la sesión. Esta obra constata el camino de ida y vuelta que tienen las tradiciones que se pueden enriquecer y convertir en paradigmas de un nuevo orden cultural.

Además de Tecnocharro dentro de la producción artística de Kaoru Katayama destacan por su contexto y significación obras como: *Dancing in the space* del 2005, *Ba-ji-toh-fuh* (cuando el viento del este sopla al oído del caballo) del 2006 o *Walking song* del 2009.

El *Pabellón de España en la Exposición Universal de Sanghai* fue una construcción temporal que se levantó en el recinto de dicha muestra celebrada entre el 1 de mayo y el 31 de octubre de 2010, para representar a España. La arquitectura del pabellón era original y espectacular, surrealista y geométrica, y se basaba en líneas curvas realizadas en mimbre. Tenía una estructura a base de tubos de acero (25.500 m. en total) y contaba con una capa externa formada por placas onduladas de mimbre en diversas tonalidades lo que permitió bautizar a la obra como el “cesto español” por el material que cubría su sofisticada estructura. En palabras de la autora del proyecto, la arquitecta Benedetta Tagliabue, del estudio Miralles-Tagliabue, con esta obra se trataba de hacer *un guiño a la tradición y la técnica artesana que comparten España y China*, país anfitrión de la Exposición. La construcción huye del concepto habitual de caja contenedora y los contenidos se suceden en espacios concebidos como grandes cestos de mimbre que se articulan alrededor de una especie de plaza.

En el interior predominaban los espacios abiertos, bien ventilados y con una buena iluminación natural donde tres directores de cine españoles, Bigas Luna, Basilio Martín Patino e Isabel Coixet, contaron a través de sus creaciones el cambio vivido por las ciudades españolas, desde el éxodo del campo a la ciudad de los años setenta a la realidad actual y los deseos de futuro. Por ello, el lema del pabellón español era “De la ciudad de nuestros padres a la de nuestros hijos”.

Estas cuatro obras ejemplifican que la influencia del patrimonio etnográfico en la historia del arte y en el sujeto artístico persiste y sigue vigente en la actualidad.

6. Conclusión

Durante la edad contemporánea se ha producido el primer gran acercamiento entre la etnografía y el arte, de tal manera que el patrimonio en general y el patrimonio etnográfico en particular ha empezado a ocupar un lugar dentro de la historia del arte.

El patrimonio etnográfico, entendido tanto en su variante material (objeto) como inmaterial (no

objeto) tiene muy presente al ser humano (sujeto); de tal manera que la etnografía ha influido en el sujeto artístico. Incluso algunos artistas pueden considerarse etnógrafos por el trabajo de campo y la documentación realizada sobre diferentes culturas que les han inspirado. Es más, en determinadas ocasiones se han convertido en conservadores, defensores y valedores de la etnografía.

El arte de los primitivos o el primitivismo en el arte se convierte en un revulsivo del patrimonio etnográfico. La búsqueda del alter ego, del otro yo de las piezas etnográficas, permite dar un paso adelante en la consideración de las mismas.

Los grandes artistas del siglo XX borraron la frontera entre artes mayores y menores y se acercaron a las artes aplicadas para enriquecer sus propias posibilidades de expresión; permitiendo dar a conocer a la gran mayoría un arte considerado, hasta entonces, minoritario y menor. El patrimonio etnográfico no es un arte minoritario en cantidad ni calidad, pero sí en proyección y valoración social. Por ello, los artistas que se han inspirado en la etnografía marcan un antes y un después en la valoración y clasificación de las artes así como en la consideración del patrimonio etnográfico.

Este artículo no pretende estudiar de forma individual y pormenorizada las obras y los artistas influidos por la etnografía, sino reflexionar sobre el proceso de patrimonialización de la etnografía producido en el arte contemporáneo partiendo de obras significativas y artistas de reconocido prestigio que han sido valorados en términos globales.

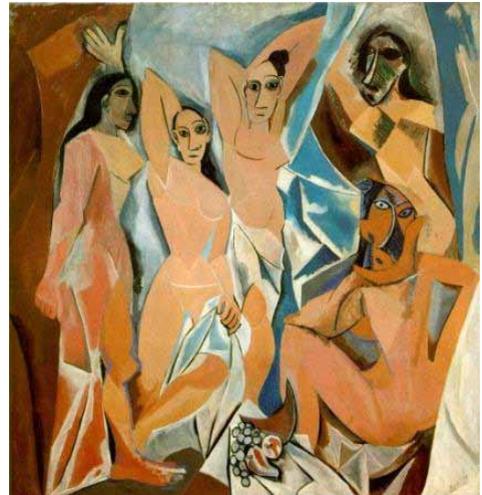
Verdaderamente las cualidades y valores de la presencia del patrimonio etnográfico en el arte contemporáneo son muy amplias y variadas y sería conveniente analizarlas detenidamente buscando similitudes y diferencias, rastreando los orígenes, estudiando los antecedentes y consecuentes, enumerando las características, incidiendo en las peculiaridades... Ahora bien, la amplitud del tema o el carácter innovador del mismo no debe ser un acicate sino un revulsivo para que se abra una nueva línea de investigación centrada en la interdisciplinariedad existente entre materias que pueden ser consideradas afines como la historia del arte y la etnografía ya que presentan numerosas influencias que merecen ser estudiadas de forma minuciosa.

Dado que, en determinadas ocasiones, tanto las piezas etnográficas como las obras de arte contemporáneo no se consideran patrimonio por parte del gran público, es necesario *aprender a aprehender el patrimonio* e integrarlo en la sociedad y en la cultura.

El día de los dioses (Mahana no Atua). Paul Gauguin. 1984.



Las señoritas de Avignon. Pablo Picasso. 1907.



Henri Rousseau. Paisaje tropical con un gorila atacando a un indio. 1910.



El panel de mascararas (Panel with Mask).
Henri Matisse. 1947.



El Objeto - Desayuno en piel.
Meret Oppenheim. 1936.



Corona de espinas. José Luis Coomonte.
1999.



Imágenes del video Tecnocharro. Kaoru
Katayama. 2004.



Pabellón de España en Shangai. Benedetta
Tagliabue. 2010.



Bibliografía

- Bolaños, M.
1997, *Historia de los museos en España. Memoria, cultura, sociedad*. Gijón: Trea.
- Burke, P.
1991, *La cultura popular en la Europa Moderna*. Madrid: Alianza.
- Elderfield, J.
1983, *El Fauvismo*. Madrid: Alianza.

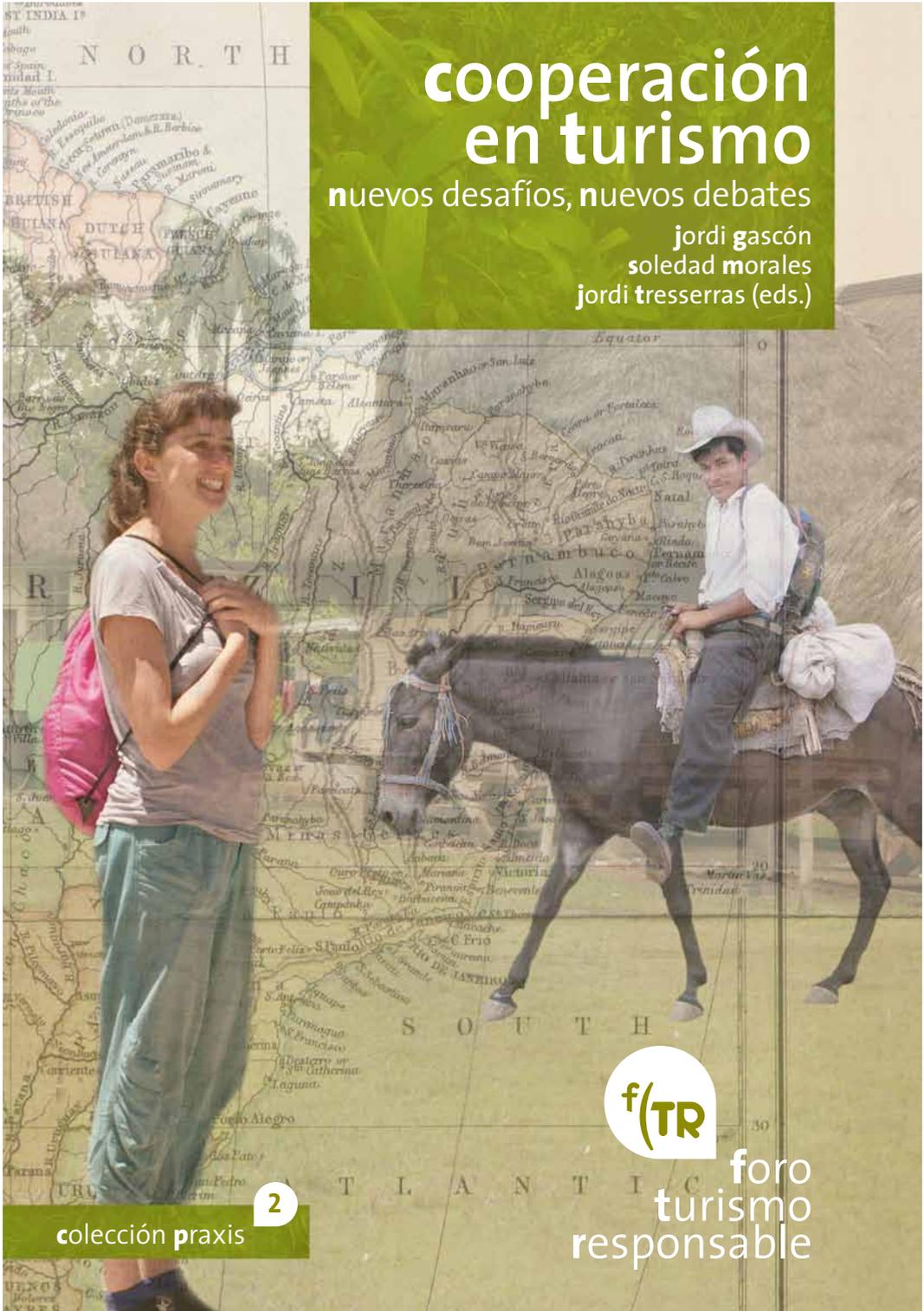
- Gombrich, E. H.
2003, *Historia del arte*. Madrid: Debate.
- Harrison, C., Frascina, F., Perry, G.
1998, *Primitivismo, cubismo y abstracción. Los primeros años del siglo XX*. Madrid: Akal.
- Hernández, F.
1998, *El museo como espacio de comunicación*. Gijón: Trea.
- Lledó, G.
1997, "Entre la presencia y la representación. Acerca del objeto recontextualizado" En *Arte, Individuo y Sociedad*, N° 9. (pp. 210-221). Madrid: Universidad Complutense.
- Lisón, C.
1992, *Individuo, estructura y creatividad*. Madrid: Akal.
- Muñoz, M.
2009, *La recepción de "lo primitivo" en las exposiciones celebradas en España hasta 1929*. Barcelona: Universitat Pompeu Fabra.
- Ocampo, E.
2011, *El Fetiche en el museo. Aproximación al arte primitivo*. Madrid: Alianza.
- Panofsky, E.
1985, *El significado de las artes visuales*. Madrid: Alianza.
- Ramírez, J.
1976, *Arte popular. El arte que hace el pueblo de todos los pueblos de la tierra*. Madrid: Más Actual.
- VV. AA.
1993, *El arte del siglo XX*. Navarra: Salvat.
- VV. AA.
1999, *Patrimonio etnológico: nuevas perspectivas de estudio*. Granada: Instituto Andaluz del Patrimonio Histórico.

Recibido: 12/01/2014
Reenviado: 24/04/2014
Aceptado: 26/04/2014
Sometido a evaluación por pares anónimos

cooperación en turismo

nuevos desafíos, nuevos debates

jordi gascón
soledad morales
jordi tresserras (eds.)



colección praxis

2



foro
turismo
responsable

Turismo en la Costa del Sol. Un patrimonio en revisión

Lourdes Royo Naranjo*

Universidad de Sevilla (España)

Alberto E. García Moreno**

Universidad de Málaga (España)

Resumen: La trigésimo cuarta edición de la Feria Internacional de Turismo, FITUR (2014), ha sido considerada por muchos inversores, como el mejor reflejo de la recuperación que está experimentando el sector turístico a escala internacional. Tal es el caso de la Costa del Sol, un destino maduro de una enorme riqueza, para el que creemos necesaria, sin embargo, una reconsideración de su modelo turístico, que ponga el foco no tanto en los aspectos mercantilistas como en la puesta en valor de una producción cultural moderna ligada al ocio de masas. Producción que ha construido una realidad identitaria alternativa, aún poco explorada, y que pretendemos atender para una valoración patrimonial contemporánea. Arquitectura, cine o literatura del turismo en la Costa del Sol se convertirían en nuevos ítems para una visión más amplia, integradora y productiva, con la que acometer nuevos desafíos en el planeamiento y la promoción turística de este destino.

Palabras Clave: Turismo, patrimonio, gestión, Costa del Sol, desarrollo, sector.

Tourism on the Costa del Sol. A heritage on review

Abstract: The thirty-fourth edition of the International Tourism Trade Fair, FITUR (2014), has been considered by many investors as the best reflection of the recovery being experienced by the tourism sector internationally.

Such is the case of Costa del Sol, a mature destination of enormous wealth, for which we believe necessary, however, a review of its tourism model, which puts the focus not so much on the mercantilist aspects but in the enhancement of a modern cultural production linked to mass entertainment. Production that has built an alternative identity, yet unexplored, and which we intend to attend for a contemporary heritage valuation. Tourism architecture, cinema or literature in Costa del Sol would become new items for a broader, inclusive and productive vision with which to undertake new challenges in the touristic planning and promotion of this destination.

Key Words: Tourism, heritage, management, Costa del Sol, development, sector.

1. Introducción. Por una concepción patrimonial de la actividad turística

“Hace tiempo que nos hemos dado cuenta: el almacén de los materiales acumulados por la humanidad –mecanismos, maquinarias, mercancías, mercados, instituciones, documentos, poemas,

emblemas, fotogramas, opera picta, artes y oficios, enciclopedias, cosmologías, gramáticas, lugares y figuras del discurso, relaciones de parentela, de tribu y de empresa, mitos y ritos, modelos operacionales ya no hay manera de mantenerlo en orden. [...]

* Dpto. Historia, Teoría y Composición Arquitectónicas - Escuela Técnica Superior de Arquitectura; E-mail: lroyo@us.es

** Área Composición Arquitectónica - Escuela Técnica Superior de Arquitectura; E-mail: albertogarciamoreno@uma.es

Todos los parámetros, las categorías, las antítesis, que habían servido para imaginar, clasificar proyectar el mundo, están en discusión”.

Calvino, Italo. “La mirada del arqueólogo” en *Punto y aparte*. Barcelona: Tusquets, 1995 p. 338

La descripción de Calvino de nuestro entorno evoca la poética visión que del pasado como ruina hace Walter

Benjamin en su *Angelus Novus*¹, una ruina que, como “destrucción”, constituye el “objeto del siglo XX”². Esas dos visiones desafían la axiología sobre la que se gestó la patrimonialización moderna, como acción conservadora de los mejores objetos proveniente de la cultura pasada: ellos debían de actuar como “iconos” representativos de una identidad -¿cambiante?- a través del tiempo. En este sentido, el debate sobre el Patrimonio Cultural, cada vez más presente tanto en la escena política como en la social y convenientemente apoyado por los medios de comunicación masiva, en los últimos años se ve “infectado” por la contradicción planteada por Calvino, haciendo cada vez nueva esta situación con los modos establecidos hasta ahora para su definición: las acciones que ahora le corresponden no pueden ser atendidas con los conceptos que antes usábamos: *“Para un tiempo que inventó la destrucción sin ruina, hay que pensar de otra manera, otra cosa, concebir otro objeto”*³.

Desde hace algunos años atendemos a un importante esfuerzo por reactivar el modelo de gestión turística heredado en la Costa del Sol en un intento por responder al proceso de reconversión de sus destinos ya maduros, con una voluntad de reactivación de la imagen de sus costas y de la variedad de sus paisajes. No en vano, el papel como actividad comercial lúdica que el Turismo ha jugado hasta ahora y desde prácticamente la segunda mitad del siglo XX en la Costa del Sol, ha supuesto que se observe habitualmente como un fenómeno perteneciente más a lo económico o empresarial, y no tanto a aquellos aspectos relacionados con la creación de ambientes habitables, el intercambio de “modos de vida” o la comunicación simbólica.

Un renovado enfoque patrimonial sobre la actividad turística que nos conduce a trabajar sobre aspectos secundarios, según la visión mercantilista del Turismo y fundamentales en una consideración más amplia, integrada y productiva del mismo. Este nuevo planteamiento no debe centrarse en buscar nuevos elementos, sino más bien, en establecer nuevas formas de caracterización de aquellos grupos de bienes culturales producidos por la actividad del Turismo. Bienes que planteamos que deben ser gestionados, también desde los principios y objetivos de una política patrimonial⁴ que debe

pasar por la puesta en valor -antropológicamente necesaria y socialmente exigible- de un conjunto de prácticas culturales, objetos y ámbitos patrimoniales, resultado directo de este fenómeno. Con este objetivo, pasaríamos de centrarnos en los bienes materiales generados por el Turismo a lo largo de la historia, a una atención difusa depositada en la propia actividad turística como creación, acción y desarrollo humano (Castillo Ruiz, 2007). Como esta acción humana se desarrolla en el tiempo y se constituye socialmente, su continuidad no sólo se produce con aquellos bienes materiales generados, como puedan ser la arquitectura, las actuaciones urbanísticas, los equipamientos para el turista, las infraestructuras de ocio, la literatura o la cinematografía, sino que además la encontramos en el propio hecho turístico.

El viaje –sobre el que se funda la movilidad del turismo- como proceso de intercambio de ideas e imaginarios, es una forma de registro del territorio, en el cual, el turista se apropia del mismo al usarlo y relacionarse con la población del lugar que se visita. De esta forma, ese registro, esa apropiación, es algo diferente cada vez, singular y novedoso frente al carácter de permanencia e invariabilidad del patrimonio local; de aquí deducimos, que es la acción y la actividad y no los objetos, lo que induce una experiencia transformadora que constituye el valor patrimonial del turismo (Ávila Bercial, 2002:17-24).

Esta experiencia cultural espacializada (Bauman, 2000), lúdica y a veces banal, siempre divertida, confortable o arriesgada, que atraviesa y congrega modos de vida y localizaciones en un tiempo corto e intenso, podría constituir, en palabras de Foucault, una heterotopía de la contemporaneidad (Sloterdijk, 2007), que se manifiesta en procedimientos intercambiables, complementarios o excluyentes, que el turista ejerce, usa o atraviesa, consciente o inconscientemente. Entendemos estos procedimientos como un conjunto de procesos socioculturales en los que estructuras o prácticas discretas, que existían en forma separada, se combinan para generar nuevas estructuras, objetos y prácticas (García Canclini, 2001:14), en nuestro caso, como resultado de un proceso de doble concurrencia: homogeneizador por global, y aculturador por el enfrentamiento de creencias y hábitos diferentes (Jafari, 2007).

La presente investigación se centra en la identificación y puesta en valor de una producción cultural moderna ligada a la práctica turística en la Costa del Sol, un destino maduro que sin embargo ha de reconsiderar nuevos yacimientos de atracción basados en una concepción patrimonial alternativa. Nuestra propuesta se basa en rescatar aquellas producciones humanas que, de alguna manera, son

memoria de un paisaje y de una actividad turística banalizada, y que se convierten en nuevos hitos para una lectura más amplia e integrada de la oferta turística del litoral malagueño.

2. Destino: Costa del Sol

El caso de la Costa del Sol es un claro ejemplo que obliga a estudiar de manera detenida, la necesidad “impuesta” por renovar su imagen y su patrimonio, reconvirtiendo, casi por obligado cumplimiento, su valor patrimonial en recurso turístico mercantilizado. A partir de casos concretos de estudio, recientemente se está trabajando en una línea de investigación patrimonial que sobre el litoral malagueño tiene la visión de su gestión turística con el fin de reconocer que la capacidad productiva y transformadora que la actividad turística ha provocado, hace que los objetos, comportamientos, hábitos y espacios que ha generado, y genera, puedan ser considerados como auténticos recursos desde los que innovar la actividad económica y productiva del contexto en el que se producen. De esta manera la actividad turística, entendida como creación, acción y desarrollo humano y, por extensión, de la sociedad entendida en sus múltiples dimensiones, permite que el lugar, el territorio o el paisaje se conviertan ahora en el soporte artificial y natural, sobre el que validar procesos culturales, sociales, antropológicos, ecológicos y artísticos. (García Moreno, 2013:80).

Una actividad turística ésta, originada fundamentalmente con el carácter de “sol y playa”, que tiene efectivamente a la Costa del Sol de Málaga como uno de sus referentes más reconocidos. Dicha acción humana comenzó de una manera masiva y vertiginosa en un período cronológico que se extiende desde los años cincuenta, y que continúa en las décadas siguientes con un desarrollo que lo convierten en un auténtico fenómeno de masas (Arenas Gómez, 1998 y 2003; Bayón Marín, 1999; Vogeler y Hernández, 2000; Esteve, y Fuentes, 2000; Uriel, y Monfort, 2001; Moreno Garrido, 2007; Pack, 2009; Pellejero Martínez, 2005; Bonilla, 2007; Royo Naranjo, 2013). A lo largo de todo el litoral malagueño se produjo uno de los hechos turísticos de mayor relevancia en el sur de Europa, pasando de ser una comarca dedicada fundamentalmente a la pesca y, en menor medida, a la agricultura, a sede mundial del turismo internacional y de las prácticas y modos de vida más novedosas de la época (Mellado, 1973:12-16).

La Costa del Sol se ha convertido en un auténtico laboratorio en el que ensayar desde el punto de vista turístico procesos de antropización y aculturación ante un rápido desarrollo que representa para una

región originariamente agrícola, y el desafío que todo ello supone para una noción contemporánea del Patrimonio. (Latour, 1983)

3. La cuestión patrimonial en las herramientas de planificación y control

La Costa del Sol es un paisaje de gran belleza, con una cadena montañosa que actúa de fondo de escena para la actividad turística, que se aloja en una banda ancha de playa y campo y que es ocupada puntualmente por las estribaciones de los montes. Los inicios de dicha actividad no sólo supusieron el contacto del hombre con el medio natural antropizado que le rodeaba, sino que revolucionó todos los ámbitos: la sociedad, con nuevas costumbres y modernas formas de ver la vida; la economía, como motor de desarrollo (Royo Naranjo, 2013; García Moreno, 2013) local, nacional e internacional; la cultura, como intercambio y enriquecimiento entre lo autóctono y lo foráneo; el arte, en todas sus manifestaciones, como cine, literatura, diseño gráfico, etc.; la antropología, con nuevos e ilustres personajes que “consumen” este turismo, locales en los que se reúnen, recorridos de ocio, etc.; la repercusión en el territorio, con la creación de nuevos paisajes urbanos, tipologías arquitectónicas novedosas, etc.

Sin embargo, a la hora de acercarnos de manera reciente a las nuevas herramientas de planificación que estudian y trabajan con los destinos turísticos de la costa malagueña, encontramos cómo muchos de ellos se han perdido en su historia olvidando realmente los mecanismos por los que todo un sector internacional sucumbió a sus valores, relegando en ocasiones su patrimonio a la tipización de clichés que deben ser revisados para trabajar con aquellos elementos que de manera identitaria configuran realmente la esencia de la Costa del Sol. Es por ello que el fundamento del análisis de cuantos programas y planes de índole turística están actualmente en vigor o en funcionamiento para la Costa del Sol responde al interés por dilucidar cuáles son las herramientas de trabajo con las que cuenta la empresa turística para la reactivación de un sector motor de desarrollo y mecanismo de modernización para la Costa del Sol.

Hoy día atendemos a un proceso de revisión y estudio de casos en los que de forma paralela al desarrollo del fenómeno turístico de la Costa del Sol y a la propia construcción iconográfica y cultural de la costa malagueña, estaban teniendo lugar como planteamientos y discursos urbanísticos y arquitectónicos de una modernidad entonces pionera y aún vigente. Un estudio que responde a las necesidades de reactivación de un destino, la Costa del Sol,

aparentemente agotado. A la hora de abordar el estudio detallado de la planificación y dinamización turística de la Costa del Sol, apreciamos cómo a lo largo de las últimas décadas se han llevado a cabo desde esa misma premisa de permisividad y nuevos acercamientos, algunas de las líneas de actuación más importantes realizadas en torno al sector turístico andaluz, prestando especial atención a los destinos de costa de la provincia de Málaga, en especial a la Costa del Sol. De esta manera podemos observar cómo a un nivel mayor, desde la Dirección General de Planificación y Ordenación Turística de la Junta de Andalucía, se han emprendido diversas iniciativas encaminadas a incrementar el nivel de desarrollo turístico de la Costa del Sol en la mejora de la oferta turística como destino competitivo a nivel nacional e internacional. De esta forma, desde los principios que rigen el funcionamiento de la Dirección, para alcanzar este objetivo se han establecido varias líneas de trabajo⁵:

“... la modernización de la legislación turística, la introducción de un enfoque territorial en la planificación turística, la implantación de políticas que se basen en la colaboración de los sectores público y privado y todo ello bajo la premisa fundamental de la sostenibilidad económica, medioambiental y cultural”.

Un objetivo que dirige sus esfuerzos a partir de la relación directa de los siguientes puntos de actuación y trabajo: Plan General de Turismo Sostenible, Instrumentos de Intervención Turística en Andalucía y Planes en ejecución. Respecto a los *Instrumentos de Intervención Turística*, deben diferenciarse según iniciativa autonómica como la Estrategia de Turismo Sostenible; Plan Turístico de Ciudades Medias del Centro de Andalucía; Plan Turístico de Grandes Ciudades; Municipio Turístico y Programa de Recualificación de Destinos Maduros, y aquellos planteados en colaboración con la Administración del Estado como son el Plan de Excelencia Turística; Plan de Dinamización Turística / Plan de Dinamización del Producto Turístico y Plan de Competitividad. En cuanto a las Estrategias de Turismo Sostenible, se entiende al conjunto integrado de actuaciones dirigidas a implantar un sistema de planificación estratégica en el territorio basado en la creación de nuevos productos o mejora del existente, fortalecimiento de la competitividad del sector local, aumento del atractivo del espacio turístico e implantación de sistemas y herramientas de gestión medioambiental.

En el caso de *Plan Turístico*, encontramos una serie de acciones de ámbito territorial supramunicipal y municipal que procuran el desarrollo de

destinos turísticos bajo las premisas de la calidad y un crecimiento sostenible. De esta forma, se contribuiría a la mejora de la competitividad del sector turístico mediante actuaciones basadas en criterios de sostenibilidad, así como de preservación del medio ambiente y recursos naturales y culturales de los distintos destinos, diversificando el producto con vistas a una desestacionalización de la oferta y la demanda y mejorando la calidad de los servicios públicos y privados que recibe el turista⁶. Málaga cuenta con el reconocimiento del “Plan Turístico de Ciudades Medias del Centro de Andalucía”.

El *Plan Turístico de Grandes Ciudades* atiende a la consideración por la cual el turismo urbano representa un segmento en auge que responde al mismo tiempo a una creciente demanda centrada en la visita a núcleos urbanos para consumir algún tipo de recurso cultural (museos, monumentos, gastronomía, espectáculos musicales, teatro, etc) y realizar otras actividades como compras, vida nocturna, etc. Para potenciar la competitividad turística de dichos centros de ocio turísticos, surgirían los Planes Turísticos de Grandes Ciudades, dirigidos a municipios de más de 100.000 habitantes, cuyo principal objetivo se correspondería con la diversificación de la oferta de las ciudades, ampliando su espacio turístico y creando y desarrollando nuevos intereses entre los que potenciar su patrimonio urbano. En el caso concreto de Málaga señalamos la existencia del Plan Turístico de Grandes Ciudades de la Ciudad de Málaga y Plan Turístico de Grandes Ciudades de la Ciudad de Marbella.

Uno de los puntos fundamentales le correspondería al *Municipio Turístico*, instrumentos de intervención turística de la Junta de Andalucía en respuesta al incremento en el número de usuarios que demandan la prestación de servicios municipales. Surge⁷ “*dado que la Ley Reguladora del Régimen Local no prevé ningún mecanismo para compensar el desequilibrio financiero ocasionado por la sobrestación de servicios municipales motivada por la afluencia de turistas, la Consejería de Turismo, Comercio y Deporte ha creado la figura de Municipio Turístico cuya principal finalidad es la de corregir o al menos compensar los efectos negativos que la actividad turística les pueda acarrear a estos municipios*” Para Málaga, se definirían los municipios turísticos de “Benalmádena”, “Fuengirola”, “Nerja”, “Ronda” y “Torremolinos”.

De forma paralela a estos esfuerzos por reactivar y modernizar al sector turístico, desde hace algunos años determinados destinos tradicionales de litoral y otros urbanos todos ellos en la Costa del Sol venían reflejando síntomas de pérdida de atractivo y merma de su patrimonio, haciendo cada vez más patente la necesidad de una intervención

en su gestión y programación de los mismos. Como consecuencia directa, se redactaron una serie de *Planes de Excelencia Turística* base de promoción para dichos destinos globalmente considerados, impulsando proyectos de carácter demostrativo. Dichos planes no se entendieron como una marca sino una manera de actuar, capaz de incitar un efecto dinamizador directo sobre el ámbito de trabajo en cuestión.

Estos planes guardarían mucha relación con los *Planes de Dinamización Turística / Plan de Dinamización del Producto Turístico*, dirigido a destinos que se encontraran aún en fase de desarrollo turístico y cuyo objetivo es acelerar su crecimiento bajo la premisa una vez más, de la sostenibilidad. Así, el concepto de capacidad de carga adquiriría una relevancia fundamental tanto para la creación de infraestructuras turísticas como para el desarrollo de la oferta alojativa y de ocio. En este sentido, la figura del Plan de Dinamización del Producto Turístico se centraba en la creación de productos turísticos atractivos y de calidad en espacios turísticos ordenados y equilibrados susceptibles de ser comercializados en el futuro y capaces de abrir un recorrido de éxito para el destino. En el caso de Málaga encontramos el Plan de Dinamización del Producto Turístico Axarquía⁸ y el Plan de Dinamización de la Serranía de Ronda⁹.

Otro de los puntos determinantes de la gestión y planificación turística lo constituye el *Plan de Competitividad*. En la Mesa de Directores Generales celebrada el 20 de mayo de 2008 se aprobaron las bases para el Programa de Desestacionalización y Reequilibrio Socioterritorial, que constituyen las bases para el desarrollo de los Planes de Competitividad que vienen a sustituir los Planes de Dinamización del Producto Turístico. De esta forma, el *Plan de Competitividad para zonas o comarcas de alto potencial turístico*, responde al propósito de reequilibrio socio-territorial cuyas actuaciones se dirigen a la puesta en valor de recursos turísticos de elevado potencial favoreciendo el desarrollo turístico de las zonas o comarcas turísticas que se seleccionen debiendo limitarse el contenido de los programas a la configuración de los productos turísticos que se hayan definido. En el caso que nos compete, podemos señalar la formalización del Plan de Competitividad de la Sierra Norte de Málaga¹⁰.

Otra de las iniciativas emprendidas en materia de turismo, refiere a la denominación de *La Calidad Turística*. Hablamos de las organizaciones directamente prestatarias de los servicios específicos (alojamiento, restauración, etc.); su percepción y entorno o contexto, así como de sus características organizativas o funcionales. En este caso, Málaga cuenta con el Sistema Integral de Calidad Turística en Destino (SICTED). Una evolución y definición

moderna de los enfoques actuales de calidad que aplicados al turismo tienen en cuenta la necesidad de actuar sobre el contexto, lo que se plasma en los Planes dirigidos a los 'destinos', sean éstos definidos geográfica, cultural, deportivamente o por un vínculo o hilo conductor como por ejemplo, las 'Rutas'.

Dentro de la programación y gestión de los destinos de costa encontramos el *Programa de Recualificación de Destinos Maduros*. Con el ejercicio de puesta en marcha de dicho instrumento, además de aumentar la calidad de vida de los turistas visitantes y residentes, se incrementarían los niveles de rentabilidad generados por el sector turístico desde el punto de vista de beneficio empresarial, así como del empleo, conservando la propia identidad del destino y sus recursos autóctonos. En la provincia de Málaga encontramos el Plan de Recualificación Turística de la Costa del Sol Occidental. Dicho Plan, conocido como Plan Qualifica¹¹ está dirigido por la Consejería de Turismo, Comercio y Deportes, Consejería de Economía y Hacienda, Consejería de Vivienda y Ordenación del Territorio, Consejería de Medioambiente, Ministerio de Industria, Turismo y Comercio, Diputación Provincial de Málaga, Ayuntamientos de Torremolinos, Benalmádena, Fuengirola, Mijas, Marbella, Estepona, Casares y Manilva. Dicho Plan engloba además a los municipios de Benalmádena, Casares, Estepona, Fuengirola, Manilva, Marbella, Mijas, Torremolinos.

Podemos decir que tan sólo los últimos programas mencionados se corresponden con la implantación de estrategias de actuación capaces de contribuir al reposicionamiento de destinos ya consolidados en el litoral, como sucede con toda la franja de la Costa del Sol, con el objetivo de aumentar la calidad y la competitividad de los mismos, mediante estrategias basadas en la rehabilitación del patrimonio y del espacio turístico, en una atención a la identidad de los propios municipios que sucumbieron al fenómeno turístico y se olvidaron en cierta manera del valor patrimonial que a lo largo del tiempo han llegado a configurar.

4. Patrimonialización de un fenómeno

El fenómeno turístico producido en la Costa del Sol supone un testimonio que habla al mismo tiempo de un origen y un desarrollo de la acción humana reflejo directo de un una interrelación de culturas muy diferentes en un espacio limitado, de modos de relación del hombre consigo mismo y con el paisaje, de formas de asentamiento y apropiación del territorio, de influencia en el ámbito económico y político como estrategias de desarrollo y de la

conformación de una nueva percepción vital. Todas estas facetas, de manera integrada, definirían una nueva categoría patrimonial asociada al turismo.

En nuestra investigación, detectamos nuevos ítems que construyen un renovado imaginario, una producción cultural moderna ligada al ocio de masas y que pretendemos poner de relieve y rescatar de un pasado escasamente reconocido, para una valoración patrimonial contemporánea. El estudio y valoración de la producción arquitectónica, cinematográfica o literaria ligada al turismo en la Costa del Sol, constituirían una visión más amplia, integradora y productiva, con la que acometer nuevos desafíos en la promoción turística de este destino.

Arquitectura del Turismo.

Uno de los ámbitos principales de esta “revolución turística” ha sido, sin duda, el de la producción arquitectónica y urbanística ligada a dicha actividad. Tanto obras singulares de arquitectura como actuaciones territoriales de diversa índole son testigos de la respuesta comprometida de arquitectos y promotores ante la enorme demanda de alojamiento turístico que se produjo en un corto periodo de tiempo; ya que, si bien la arquitectura se muestra como la materialización de cómo piensa, siente y se manifiesta una sociedad en una época y en un lugar determinados, la producción arquitectónica ligada al “*turismo de sol y playa*” representaría a una sociedad de consumo postindustrial que ha modificado sustancialmente las ciudades costeras, cuando no las ha creado ex novo, y que tiene una fuerte presencia urbana porque la industria turística, a su vez, ocupa una importante porción de sus respectivas economías (AA.VV., 2002:8-10).

Una producción arquitectónica que parecía buscar “*los más ricos ecosistemas naturales, los lugares más bellos y más peculiares, los de más encanto por su situación geográfica y climática, por su tradición histórica, por la identidad y peculiaridad de sus habitantes, por la singularidad de sus costumbres y su folclore*”. (Portela Fernández-Jardón, 2002:13)

Existen en este sentido, numerosos ejemplos en la Costa del Sol malagueña que de manera significativa demuestran el interés y la preocupación de los agentes intervinientes en su construcción por lograr un producto diferente y de calidad. Ejemplos que reflejan una mayor dedicación por parte de los arquitectos, un menor interés de enriquecimiento de los promotores, preocupación por parte de la administración y, sobre todo, una atención más respetuosa hacia el usuario al que iba dirigida esa arquitectura, reflejo todo ello de la popularización del Turismo, de la mano del crecimiento económico del país (Portela Fernández-Jardón, 2002:14).

Otro aspecto a valorar en esta producción arquitectónica sería el intento de asimilación de las corrientes arquitectónicas modernas que procedían de Europa, sobre todo a partir de la mitad del siglo XX y que a España llegarían con cierto retraso; pero aún así, supusieron un factor fundamental en la modernización del país desde el punto de vista arquitectónico. Es interesante comprobar cómo la influencia de la arquitectura moderna en estas obras fue capaz de dar respuesta a problemas de tipo residencial que se planteaban en esta re-territorialización, teniendo en cuenta el carácter “menor” que se les atribuía a estos objetos arquitectónicos, como de segunda residencia o de periferia¹².

Esta producción arquitectónica destinada al turismo en la Costa del Sol, como aproximación al hecho de la ciudad y la arquitectura turísticas, integraba diversas tipologías, entre otras, edificios y complejos destinados al alojamiento temporal, urbanizaciones e inmuebles residenciales de propiedad privada, infraestructuras y equipamientos específicos o intervenciones sobre el territorio.

Algunos de los ejemplos más significativos son los siguientes: en Málaga, el Hotel Málaga Palacio (1957), de Juan Jáuregui Briales, o el Edificio Luz (1967), de César Olan Gurriarán y Carlos Verdú Belmonte. En Marbella, la Ciudad Sindical de Vacaciones Residencia Tiempo Libre (1956-1963), de Manuel Aymerich Amadiós y Ángel Cadarso del Pueyo; los Apartamentos Skol (1963), de Manuel Jaén Albaiteiro; el Hotel Meliá Don Pepe (1964), de Eleuterio Población Knnape; la Plaza de Toros de Andalucía la Nueva (1965), de Luís María de Gana y Hoyos; el Hotel Don Carlos (1967), de José María Santos Rein y Alberto López Polanco; o Torre Real (1972- 73), de Eugenio Vargas Izquierdo. En Torremolinos, el Hotel Pez Espada (1959-60), de Juan Jáuregui Briales y Andrés Muñoz Monasterio; el Conjunto de apartamentos La Nogalera (1963), de Antonio Lamela Martínez; el Conjunto Playamar (1963), de Antonio Lamela Martínez; el Palacio de Exposiciones y Congresos (1968), de Rafael de la Hoz Arderius y Gerardo Olivares James. En Benalmádena, el Hotel Alay (1962-66), de Manuel Jaén Albaiteiro y Manuel Jaén de Zulueta. En Fuengirola, los Apartamentos Ópera (1964), de Andrés Escassi Corbacho. En Torre del Mar, el Club Náutico (1967), de Francisco Estrada Romero. En Casares, el Conjunto Bahía Casares (1973), de José María Santos Rein.

La presencia física y en uso en la actualidad de estos ejemplos seleccionados pone de manifiesto no sólo su interés y su capacidad de respuesta al fenómeno turístico, sino que demuestra su vigencia y actualidad, algo nada fácil en un tipo de arquitectura vinculada al turismo, un fenómeno

en constante movimiento y cambio y que permanentemente está buscando situaciones novedosas, porque así lo reclama el propio ejercicio turístico.

Cine y Literatura del Turismo.

Por otro lado, uno de los ámbitos en los que el Turismo ha tenido una repercusión decisiva en la construcción de la Costa del Sol se refiere al mundo del Arte. Desde las producciones cinematográficas hasta las creaciones literarias, pasando por el diseño de cartelerías, tipografías y de la imagen en general. El papel del cine y la literatura se constituyen en el desarrollo de la Costa del Sol como factores determinantes para su compleja definición y comprensión, puesto que su formulación y distribución contribuirían a situar a esta pequeña comarca a una escala internacional y a mostrarla como escaparate de los más sugerentes ambientes y relaciones personales¹³. Apenas se comenzó a inspirar la producción cinematográfica y literaria en la Costa del Sol, el despegue económico y urbanístico de aquella zona “*typical-spanish*” era ya irreversible (Gómez Alonso, 2006:2-11).

Fueron numerosas las películas que retrataron la Costa del Sol reflejo de un fenómeno turístico y los nuevos visitantes de sus costas. En estas obras, aunque recurriendo en muchos casos al tópico español, se analizaban, con mayor o menor ingenio, los ambientes y las relaciones entre los personajes a la hora de abordar los usos sociales, lúdicos y seductivos que ofrecían nuevos espacios como el litoral malagueño y nuevos fenómenos como la llegada masiva de visitantes a nuestras. El contexto en el que se desarrollan las tramas no son simplemente un escenario en el que se sucede una historia más o menos compleja, sino que posee un profundo simbolismo: las playas de la Costa del Sol representan las libertades y los anhelos que los personajes, representantes del español medio, desean conseguir en una sociedad limitada por la situación política, en una especie de actitud de rebeldía frente a los años de represión y encorsetamiento y de una educación tradicionalista. Los personajes dan rienda suelta a sus instintos porque ven la oportunidad de ver sus sueños realizados, aunque esto suponga ir en contra de las normas establecidas y de sus propios convencionalismos ideológicos.

Existe una serie de archivos cinematográficos que hemos seleccionado y que, sin ser los ejemplos cinematográficos más importantes de los autores que marcaron época y tendencia por su estructura o técnicas artísticas en la producción española, sí que explicitan cómo el turismo condicionó las tradicionales formas de vida y costumbres de los españoles: percepciones de los anfitriones hacia

los visitantes y viceversa; procesos identitarios; contextos en los que se producen los procesos de impacto y recepción de diferentes culturas; la hibridación de lo novedoso con la cultura popular autóctona, etc. Podemos destacar las siguientes, la mayoría de ellas filmadas en las primeras décadas del fenómeno turístico de masas en la Costa del Sol: “Amor a la española”, de Fernando Merino (1966); “Días de viejo color”, de Pedro Olea (1967); “El coleccionista de cadáveres”, de Santos Alcocer (1967), “El turismo es un gran invento”, de Pedro Lazaga (1968); “Objetivo Bikini”, de Mariano Ozores (1968); “Una vez al año ser hippie no hace daño”, de Javier Aguirre (1968); “El abominable hombre de la Costa del Sol”, de Pedro Lazaga (1968); “Manolo la nuit”, de Mariano Ozores (1973); “Una chica y un señor”, de Pedro Masó (1973); “Fin de semana al desnudo”, de Mariano Ozores (1974); “El puente”, de Juan Antonio Bardem (1976) y “Torremolinos 73”, de Pablo Berger (2003).

De la misma manera, la producción literaria inspirada en la Costa de Sol fue otro ámbito de la expresión artística que el fenómeno del turismo de “sol y playa” provocó en la sociedad. Fueron muchas las novelas que ubicaron su trama y se inspiraron en el litoral malagueño de la época, por ser un espacio y un momento en el que todo era novedoso y que evocaba las más sugerentes de las historias debido a los personajes que los frecuentaban, sus parajes, sus locales de fiesta, el ambiente de libertad, etc. Fundamentalmente escritas en las décadas desde los años sesenta hasta los noventa, estas novelas analizan de manera más o menos directa todo el ambiente y las relaciones sociales, económicas, culturales y políticas que el turismo provocó en el litoral malagueño. Bien como hilo conductor de la trama, bien como simple fondo de escena, el turismo es el auténtico protagonista en todas las historias haciéndose en todas ellas referencia constante a lugares, personajes y acontecimientos de la Costa del Sol.

Hemos seleccionado algunas de ellas: “Seven lies South”, de William Peter McGivern, titulado en español “Costa del Sol” (1960); “La isla”, de Juan Goytisolo (1961); “Shatter the Sky”, de Denise Robins (1962); “Jeopardy is my job”, de Stephen Marlowe (1962); “Cristo en Torremolinos”, de José María Souvirón Huelin (1963); “A Choice of Assassins”, de William Peter McGivern, titulado en español: “Un asesino contratado” (1963); “Desnudo pudor”, de Manuel Halcón (1964); “Solo de moto”, de Daniel Sueiro (1967); “Tormenta en la Costa del Sol”, de José Marzo (1970); “Torremolinos Gran Hotel”, de Ángel Palomino (1971); “Hijos de Torremolinos (The Drifters)”, de James A. Michener (1971); “Au revoir Torremolinos”, de Fernando González- Doria (1971); “La costa de los fuegos

tardíos”, de Antonio Pereira (1973); “The man with no shadow”, Stephen Marlowe (1974); “El Dorado”, de Fernando Sánchez Dragó (1984); “Apartamentos Nogalera”, de Alfredo Taján (1986); “El ángel de Torremolinos”, de David Serafín (1988); y “Noches de cocaína”, de James Graham Ballard (1996).

Salas de fiestas, discotecas y bares del turismo

Completan el escenario que congregaba, en los años 60 y 70, a los turistas de las más dispares nacionalidades, y que retrata el espíritu de cosmopolitismo, tolerancia, diversión, intercambio de culturas, relaciones personales y ganas de vivir que resumían el verdadero significado de la Costa del Sol. Lugares que eran el destino, además, de no pocos personajes ilustres y famosos que fueron desde temprano una de las señas de identidad de la Costa del Sol. Reyes, aristócratas, intelectuales o artistas de todo tipo compartían espacio con los turistas, extranjeros y nacionales, que acudían en masa al litoral malagueño.

Si bien hoy la Costa del Sol siguen siendo un destino turístico internacional, la actividad turística se ha democratizado y no es ya el privilegio de aristócratas y aventureros excéntricos, y muchos de esos pubs, salas de fiesta y locales nocturnos (y diurnos) han desaparecido. Sin embargo, existen algunos de ellos aún hoy que representaban el lugar de encuentro de una multitud de extranjeros deseosos de novedosas prácticas y nuevas relaciones. Hemos destacado varios de ellos, la mayoría en la localidad de Torremolinos, siguiendo unos criterios comunes a la hora de su selección, como son mantener el mismo nombre, tipografía original y elementos de cartelería, así como no haber variado su ubicación original. Los locales seleccionados son: “Tina’s” (1960), “The galloping major” (1964), “El toro” (1965), “Old Dutch” (1966), “Open Arms” (1967), “Pour quoi pas?” (1968), o “The Red Lion” (1971).

5. Conclusiones

A la hora de abordar el estudio detallado de la planificación turística de la Costa del Sol, hemos podido apreciar cómo a lo largo de las últimas décadas se han llevado a cabo desde esa misma premisa de permisividad y nuevos acercamientos, algunas de las líneas de actuación más importantes realizadas en torno al sector turístico andaluz, prestando especial atención a los destinos de costa de la provincia de Málaga. De esta manera podemos observar cómo a un nivel mayor, desde la Dirección General de Planificación y Ordenación Turística de la Junta de Andalucía, se han emprendido diversas

iniciativas encaminadas a incrementar el nivel de desarrollo turístico de la Costa del Sol en la mejora de la oferta turística como destino competitivo a nivel nacional e internacional.

La investigación en materia turística que tiene a la Costa del Sol como protagonista, exige una mayor definición, formalización y gestión de dicha empresa como esfuerzo por mantener una calidad en su reconocimiento público más allá de la denostada impresión de marca unificadora de sol y playa.

Creemos imprescindible una identificación patrimonial que complemente y articule esta nueva política de imagen y reconocimiento de estos destinos turísticos maduros. No concebimos este debate patrimonial contemporáneo sin la compleja interacción de distintos agentes y prácticas con caracterizaciones diferentes a las tenidas en cuenta hasta ahora. Nuestra propuesta de renovación de imagen turística se basa, en gran medida, además de las cuestiones normativas y de planificación, en una lectura del litoral malagueño a través de sus “nuevos monumentos”, inmersos en una cultura contemporánea y desafiando los parámetros, categorías y criterios que han servido para clasificar, proyectar e imaginar la función del Patrimonio hasta ahora.

La razón por la cual adquiriría sentido traer al presente las producciones culturales generadas por el turismo, -su cine, su literatura, su arquitectura turística o su diseño-, pertenecería a una especie de “retorno de lo incomprendido”¹⁴, un desvelamiento de lo que en su día quedó oculto, excavando, revolucionándolo y trastocándolo, de tal manera que lo que ahora parece capa superficial de Patrimonio, se convierta en capa profunda y reveladora.

La multiplicidad y heterogeneidad de estos elementos seleccionados, huellas olvidadas de una parcela del mundo, y su puesta en relación con la historia de una cultura de la globalización, descubren un género de clasificación patrimonial especial de esta actividad turística. La novedad que proponemos a la hora de valorar

patrimonialmente la actividad turística deviene en la fundamentación de la identificación y caracterización de

nuevos bienes y valores desde planteamientos disciplinares muy variados y complejos, que introducirían vectores transversales que enriquecen y complejizan el imaginario y la oferta turística de la Costa del Sol.

Vectores que tendrían que ver con la construcción de nuevos modos de vida y convivencia social, con procesos de impacto/recepción en la población local, con la configuración de una nueva identidad colectiva, con las creaciones y aportaciones culturales y artísticas en todos los ámbitos, con innovaciones arquitectónicas que

responderían a una determinada demanda, con personajes que visitan y “consumen” la actividad turística, etc.

Miradas, edificios, localizaciones de películas, lugares que ambientan novelas, personajes famosos, carteles publicitarios con novedosas tipografías, etc. Las creaciones del hombre en la Costa del Sol, sus “nuevos monumentos”, cobran vida en cuanto hacemos de ellas una posibilidad de descubrirlas a través de nuestra propuesta. haciendo entrever la hipótesis de un pasado escasamente reconocido y la posibilidad de un porvenir.

Los “nuevos monumentos” de la Costa del Sol que señalamos (re)evalúan un sentido no tanto estético como histórico y cultural. Lo que advertimos como monumentos no son especies que uno ve a menudo como bellezas u obras de arte, sino que son objetos, lugares, construcciones u espacios que son totalmente ordinarios para el común de la gente, pero que para nosotros adquieren un significado especial: son, de alguna manera, memoria de un paisaje y una actividad turística banalizada.

Es posible recomponer, por tanto, la identidad del litoral malagueño a través de los productos culturales de la actividad humana a la cual sirvió de soporte, en un momento de su historia en el que quedaban diluidos los conceptos de pasado y presente, de ‘cultura de élite’ y ‘cultura de masas’, definiéndose una cultura alternativa, inmersa en constantes procesos de hibridación y que traemos al presente como vectores renovadores en el entendimiento de una nueva oferta turística, nuevos ítems de atracción y nuevas formas de entender los destinos turísticos.

Bibliografía

AA.VV.
 2002 La Arquitectura del Sol. Barcelona: Colegio Oficial de Arquitectos de Cataluña.
 Arenas Gómez, A.
 1998 Historia de la Costa del Sol. Málaga: Diario Sur.
 Arenas Gómez, A. y Majada Neila, J.
 2003 Viajeros y turistas en la Costa del Sol (de Rilke a Brenan). Málaga: Miramar.
 Ávila Bercial, R.
 2002 “La interpretación del Patrimonio”. Turismo sostenible. Madrid.
 Bayón Marín, F.
 1999 50 años de turismo español: un análisis histórico y estructural. Madrid: Editorial Universitaria Ramón Areces.
 Bauman, Z.
 2000 La cultura como praxis. Barcelona: Paidós.

Benjamin, W.
 1989. Tesis de filosofía de la historia. Barcelona: Edhasa.
 Bonilla, J.
 2007 La Costa del Sol en la hora pop. Sevilla: Fundación José Manuel Lara.
 Calle Vaquero, M.
 2006 La ciudad histórica como destino turístico. Barcelona: Ariel.
 Calvino, I.
 1995 “La mirada del arqueólogo”. *Punto y aparte*. Barcelona: Tusquets.
 Castillo Ruiz, J.
 2007 “El futuro del patrimonio histórico: la patrimonialización del hombre”. *e-rph* n.º 1. Granada: Dpto. de Historia del Arte Granada.
 Cuesta López, A. y Cano Mauvesín Fabaré, J.
 2005 Turismo cultural: manual del gestor de patrimonio. Córdoba: Almuzara.
 Esteve, R. y Fuentes, F.
 2000 Economía, historia e instituciones del turismo en España. Madrid: Pirámide.
 Figuerola, M.
 1974 “Hacia un estudio estructural del turismo”. *Estudios Turísticos*, n.º 41.
 Font Sentias, J.
 2006 Casos de turismo cultural. Ariel: Barcelona.
 Freud, S.
 1976 Lo siniestro. Buenos Aires: Amorrortu.
 García Canclini, N.
 2001 *Culturas híbridas. Estrategias para entrar y salir de la modernidad*. Buenos Aires: Paidós.
 García Moreno, A.
 2013 La cultura del ocio en la Costa del Sol como objeto patrimonial (1959-1979), Universidad de Málaga. Tesis Doctoral Inédita.
 Gómez Alonso, R.
 2006 “El turismo no es un gran invento: aperturismo y recepción del ocio y consumo a través del cine español de los 60”. *Área abierta* n.º 15. Madrid: Universidad Complutense.
 Jafari, J.
 2007 “Modelos del turismo: los aspectos socioculturales” en Lagunas, David (coord.) *Antropología y turismo. Claves culturales y disciplinares*. México: Plaza y Valdés.
 Latour, B.
 1983 “Give me a laboratory and I will raise the world”, en Knorr-Cetina, Karin; Mulkay, Michael (eds.) *Science Observed: Perspectives on the Social Study of Science*. Londres: Sage.
 Maccannell, D.
 2003 El turista: una nueva teoría de la clase ociosa. Barcelona: Melusina.
 Mellado, J.
 1973 “Torremolinos: capital internacional del turismo. Entrevista con Luis Merino Bayona”. *Jábega* n.º 1. Málaga: Centro de Ediciones de la Diputación de Málaga.

- Moreno Garrido, A.
2007 Historia del turismo en España en el siglo XX. Madrid: Síntesis.
- Pack, S. D.
2009 La invasión pacífica. Los turistas y la España de Franco. Madrid: Turner.
- Palomino Jiménez, Á.
1972 *El milagro turístico*. Barcelona: Plaza y Janés.
- Pardo Torío, J.
2007 Esto no es música. Introducción al malestar de la cultura de masas. Barcelona: Galaxia Gutenberg.
- Pellejero Martínez, C.
2004 "La política turística en España. Una perspectiva histórica". *Mediterráneo Económico: Las nuevas formas del turismo*, n.º 5, Málaga: Instituto Cajamar.
- Pellejero Martínez, C.
2005 Evolución histórica del turismo en la provincia de Málaga durante el siglo XX. Málaga: Universidad de Málaga.
- Portela Fernández-Jardón, C.
2002 "La Arquitectura del Sol". *La Arquitectura del Sol*. Barcelona: Colegio Oficial de Arquitectos de Cataluña.
- Royo Naranjo, L.
2013 *Turismo, desarrollo, arquitectura. La aventura de la modernidad*. Sevilla: Universidad de Sevilla-Junta de Andalucía.
- Sloterdijk, P.
2007 En El Mundo Interior del Capital. Para una Teoría Filosófica de la Globalización. Madrid: Siruela.
- Uriel, E. y Monfort, V.M.
2001 El sector turístico en España. Valencia: Caja de Ahorros del Mediterráneo.
- Vera, F.; Marchena, M.
1990 "Turismo y desarrollo: un planteamiento actual". *Papers de Turisme*, n.º 3.
- Vogeler, C. y Hernández, E.
2000 El mercado turístico. Estructura, operaciones y procesos de producción. Madrid: Centro de estudios Ramón Areces.
- Wajcman, G.
2001 El objeto del siglo. Buenos Aires: Amorrortu.

Páginas web consultadas

- http://www.juntadeandalucia.es/turismocomercio-ydeporte/ctcd-docs/custom_doc/121_968_plan_qualifica_20_marzo_cg.pdf
- <http://www.juntadeandalucia.es/turismocomercio-ydeporte/opencms/organigrama/consejero/viceconsejeria/direccion-general-planificacion-ordenacion-turistica/planificacion-turistica/index.html>

- www.torremolinoschic.com,
www.elguateque.net
www.aqueltorremolinos.com

Notes

- ¹ Benjamin, W. (1989) "Hay un cuadro de Klee que se llama Angelus Novus. En él se representa a un ángel que parece como si estuviese a punto de alejarse de algo que le tiene pasmado. Sus ojos están desmesuradamente abiertos, la boca abierta y extendidas las alas. Y este deberá ser el aspecto del ángel de la historia. Ha vuelto el rostro hacia el pasado. Donde a nosotros se nos manifiesta una cadena de datos, él ve una catástrofe única que amontona incansablemente ruina sobre ruina, arrojándolas a sus pies. Bien quisiera él detenerse, despertar a los muertos y recomponer lo despedazado. Pero desde el paraíso sopla un huracán que se ha enredado en sus alas y que es tan fuerte que el ángel ya no puede cerrarlas. Este huracán le empuja irrefrenablemente hacia el futuro, al cual da la espalda, mientras que los montones de ruinas crecen ante él hasta el cielo. Ese huracán es lo que nosotros llamamos progreso."
- ² Wajcman, G. (2001) Se plantea en su obra designar el 'objeto del siglo XX' en una propuesta aparentemente caprichosa, arbitraria e incluso banal. ¿Cuál es la respuesta? ¿Cuál es el Objeto del siglo XX? Basado en una reflexión del filósofo Jean-Christophe Bailly, lanza una respuesta: *las ruinas*. El siglo XX, el siglo de la demolición de todo tipo. Pero no las ruinas físicas, restos de guerras y demoliciones que como imagen aparecen a lo largo de toda la historia (y por tanto nada propio del siglo XX), sino las ruinas ausentes: "el siglo XX es el siglo que inventó la destrucción sin ruina", convirtiéndose así *lo inmaterial y el recuerdo* en los nexos de unión entre pasado y presente.
- ³ *Ibidem*, p. 21.
- ⁴ Entendiendo por política patrimonial la acción estatal o social encargada —en cuanto a objetivos, medios y procedimientos— de establecer qué bienes culturales del pasado son capaces de producir una serie de efectos culturales que sirvan a unos fines colectivos o privados.
- ⁵ Presentación de la Dirección General de Planificación y Ordenación Turística. Consejería de Turismo, Comercio y Deporte. Junta de Andalucía. <http://www.juntadeandalucia.es/turismocomercioydeporte/opencms/organigrama/consejero/viceconsejeria/direccion-general-planificacion-ordenacion-turistica/planificacion-turistica/index.html>.
- ⁶ En conjunto, estos planes se formalizan a través de un convenio de colaboración entre la Consejería de Turismo Comercio y Deporte y la entidad correspondiente en cada caso y ofrecen enormes posibilidades para la diversificación y diferenciación de la oferta turística andaluza mediante la configuración de destinos turísticos competitivos basados en la puesta en valor de recursos singulares de gran atractivo.
- ⁷ Documentación consultada: <http://www.juntadeandalucia.es/turismoycomercio/opencms/organigrama/consejero/viceconsejeria/turismo/planificacion-turistica/instrumentos-intervencion-turistica/municipio-turistico.html?selector=2>
- ⁸ Plan de Dinamización del Producto Turístico de la Axarquía (PDPT-Axarquía), cuya solicitud formal se cursó el 20 de abril de 2005. fue aprobado por la Mesa de Directores Generales celebrada el 14 de julio de 2005 y ratificado

- por la Conferencia Sectorial de Turismo (Consejeros/as de Comunidades Autónomas) el 12 de diciembre de 2005.
- ⁹ La Serranía de Ronda (Málaga) está declarada como “destino piloto turístico” tal y como queda establecido en el Convenio de Colaboración en el que se enmarca este Plan de Turismo. Sus actuaciones están cofinanciadas por la Secretaría de Estado de Turismo, la Junta de Andalucía y la Diputación de Málaga (que es la gestiona a través de su departamento de Turismo), participando activamente en él, como parte del citado Convenio, el Centro de Iniciativas Turísticas de Serranía de Ronda y el Consorcio “Serranía de Ronda”. Documentación extraída del Centro de Iniciativas Turísticas Serranía de Ronda (C.I.T.).
- ¹⁰ El Plan de Competitividad Turística Sierra Norte de Málaga se firmaría en 2009 por un período o validez de cuatro años. La Secretaría de Estado de Turismo-TURESPAÑA, la Consejería de Turismo, Comercio y Deportes de la Junta de Andalucía y Diputación Provincial de Málaga junto con la Asociación de Turismo de la Comarca Nororiental de Málaga “Entre Olivos” firmaron el Convenio de Colaboración, y conforman su Comisión de Seguimiento.
- ¹¹ Plan de Recualificación turística de la Costa del Sol Plan Qualifica: <http://www.qualifica.org>
- ¹² El trabajo de investigación “Concurso Internacional de Ideas para la zona residencial de Elviria, 1960: paisaje de proyectos” que el profesor Roberto Barrios realiza para su Tesis Doctoral, recoge las estrategias y propuestas con las que los arquitectos de la época se enfrentan y resuelven un planteamiento residencial ligado al fenómeno turístico en una época de pleno desarrollo de esta actividad.
- ¹³ Existen algunos sitios web dedicados a las primeras décadas del fenómenos turístico en la Costa del Sol donde se recogen muchos de los elementos que recogemos como *ítems* patrimoniales y que son, sin duda, una valiosa fuente documental: www.torremolinoschic.com, www.elguateque.net ó www.aqueltorremolinos.com, entre otras.
- ¹⁴ La metáfora freudiana alude al regreso de un fantasma: *“lo que ha permanecido incomprendido retorna; como alma en pena, no descansa hasta encontrar solución y liberación”* Freud, S. (1976)

Recibido: 23/04/2013
Reenviado: 21/04/2014
Aceptado: 06/05/2014
Sometido a evaluación por pares anónimos

Turismo, globalización y sociedades locales en la península de Yucatán, México



Gustavo Marín Guardado
Ana García de Fuentes
Magalí Daltabuit Godás
(Coords.)

PASOS

Revista de Turismo y Patrimonio Cultural

Colección PASOS edita, nº7

Relevancia de las NTIC'S en el turismo cultural/museos. Perspectiva hermenéutica en el mundo contemporáneo.

Oscar Basulto Gallegos* Pilar Taboada-de- Zúñiga R.**

Universidad de Santiago de Compostela (España)

Resumen: El presente artículo teórico busca plantear algunas nociones y perspectivas respecto de la importancia de la cultura y las NTIC's¹, con el fin de ampliar la actividad museológica como opción integrada a un destino turístico. Además, se argumenta la importancia que puede tener el turismo cultural en un destino/territorio determinado. Se sostiene que la difusión y diversificación cultural permite aumentar la identificación con lo propio y contribuir a una cohesión social, que bien entendida, tendría que ver con aunar esfuerzos en objetivos de beneficio común para un lugar definido. Nos referimos a una gran oportunidad social y económica en materia de turismo, que se relaciona con experiencias culturales de las más diversas. Todo ello es analizado desde una perspectiva socio-hermenéutica y enfocado desde la comunicación e interacción virtual.

Palabras Clave: Globalización, Turismo cultural, Museos, NTIC's, Hermenéutica, Interacción virtual, Patrimonio.

The relevance of NTICs in the strengthening of a museum/destination from a tourism perspective. A hermeneutics perspective in a contemporary communicational setting.

Abstract: This theoretical article attempts to set out a range of notions and perspectives regarding the significance of culture and NTICs. It aims to broaden the scope and work of museums, allowing them to be an integral part of the tourist destination, as well as increasing the importance of cultural tourism in any given destination or territory. It is put forward that cultural diffusion and diversification strengthens identity and contributes to social cohesion, which when well conceived, is capable of bringing about the joining of forces over objectives of mutual benefit for a particular place. We refer to the diverse nature of cultural experience as a great social and economic opportunity for tourism. All of the above is analysed from a socio-hermeneutic perspective, with a focus on virtual communication and interaction.

Keys Words: Globalization, Cultural tourism, Museums, NTIC's, hermeneutic, virtual communication and interaction, Heritage.

1. Introducción:

La cultura desempeña un papel articulador en nuestro tiempo globalizado y de sobre-comunicación, por lo que dinamizar el papel de los museos desde una perspectiva turística ligada al tiempo libre es importante para generar mayor arraigo en la comunidad a nivel local, y para la proyección de una imagen turística.

Según el Informe de Competitividad Turística (2011), España es el país con más conjuntos históricos-artísticos declarados Patrimonio de la Humanidad. Por este motivo es necesaria la transformación de sus productos culturales en productos aptos para su consumo. El mercado de viajes culturales es elevado tanto por el turismo interno como internacional. Observamos que es un mercado en expansión, ya que el turista cultural realiza un mayor gasto, es menos

* Investigador Grupo Compostela de Estudios sobre Imaginarios Sociales (GCEIS); Universidad de Santiago de Compostela, E-mail: oscarfernando.basulto@rai.usc.es

** Investigadora Centro de Estudios e Investigaciones Turísticas (CETUR); Universidad de Santiago de Compostela, E-mail: pilar.taboadadezuniga@usc.es

invasivo y contribuye a proyectar positivamente la imagen de un país (UNESCO, 2012b).

Esta investigación posee una orientación sociológica, comunicacional y turística que busca dinamizar la afluencia turístico-cultural a los museos. El trabajo se basa en un análisis socio-comunicacional, delineado por la importancia que han adquirido las NTIC's en el acercamiento con el potencial turista y el destino/producto turístico, a partir de la visita de una página web.

De este modo es interesante destacar, según Santana (2007), que el turista- actor refiere una imagen turística que parte desde sus procesos cotidianos, y que toma como objeto la cultura (local) a visitar, en un proceso de codificación, interpretación y valoración compartida desde su propia cosmovisión, pero mediado por un sistema turístico que utiliza las NTIC's para generar una *experiencia virtual* que produzca altas expectativas sobre el destino antes de la visita.

El presente artículo teórico surge de una investigación más específica de carácter teórico-empírico referida a la dinamización del turismo cultural de Santiago de Compostela, a través de los sitios web de museos, presentada en un congreso internacional de turismo y publicada por medio del mismo evento².

Objetivos del artículo.

Objetivo General:

Identificar elementos socio-comunicativos vinculados a las NTIC's, desde una perspectiva teórica crítica, que influyan en el interés del turista por vivir una "experiencia museística", partiendo desde la comunicación virtual.

Objetivos Específicos:

- 1) Conocer la importancia relativa que hoy poseen las NTIC's en la interacción socio-turística.
- 2) Comprender el escenario social comunicativo contemporáneo, en que se desarrolla la comunicación virtual.
- 3) Identificar la relevancia que puede tener para la cohesión social, el reconocimiento de la importancia del Patrimonio local como eje cultural e identitario, con soporte a través de las NTIC's.
- 4) Analizar el perfil del turista museístico en el siglo XXI.

2. Análisis socio-comunicacional. Perspectiva de las NTIC's orientadas a la promoción y comercialización turística.

Si bien las NTIC's no son más que un apéndice de la interrelación socio comunicativa, –hoy por

hoy- están tomando gran relevancia como un punto de acercamiento común, ya sea para el caso de sitios web de museos o para cualquier otro tipo de intervención turística, socio- cultural o económica que se realice a través de las nuevas plataformas virtuales.

El impacto de las NTIC's, es un fenómeno que responde a un pluricausalismo, en que se debe considerar múltiples factores que conforman la intrincada realidad socio-virtual, y no se puede creer -bajo ningún punto de vista- que estemos ante un fenómeno monocausal ligado sólo a la problemática de los medios de comunicación. La tecnología revitaliza el actuar de los medios, sea cual sea, y en este caso refiriéndonos a los sitios web y redes sociales, podemos decir que los medios nos remueven con fuerza y nos modifican al exponernos a ellos (McLuhan y Fiore, 1987), pero todo entendido en un determinado contexto más complejo que la exposición misma al medio, que influye en el impacto que nos produzca, por ejemplo, vivir la experiencia de visitar una página web. De este modo, ninguna comprensión de un cambio social y cultural es posible cuando no se conoce la manera en que los medios funcionan en un determinado ambiente, ya que todos los posibles elementos intervinientes se están afectando mutuamente y de manera permanente.

En la difusión actual de contenidos a través de las NTIC's, existe una tendencia a que la forma se imponga sobre dichos contenidos, es decir, se propaga un llamado de atención a través de una captación dirigida, muchas veces basada en lo espectacular. Por otra parte, se aprecia cómo surge la necesaria profundización en la relación entre la tecnología y la cultura, lo que requiere ser tenido muy en cuenta, sobre todo a la hora de buscar optimizar la utilización de los contenidos expresados en los medios virtuales.

Otro aspecto que creemos relevante por articular parte de la interacción social contemporánea, pasa por la tendencia de estos nuevos medios de comunicación digital, altamente tecnologizados, que van en la búsqueda de la emocionalidad³ como modo de cautivar. Estos medios tecnológicos buscan generar una revolución radical en los sentidos (McLuhan 1972: 376), por lo que se produce un cambio del modo sensorial del individuo no exento de problemas. Las nuevas tecnologías pueden adquirir un poder hipnótico, al potenciar un componente sensorial y anestesiar los restantes sentidos. Dicha situación, podría llegar a modificar la percepción del ambiente, cambiar la percepción sensorial o nuestra manera de pensar y de actuar, frente a una determinada situación que implique una decisión.

Estos nuevos medios digitales, han de ser considerados como parte de los cambios sociales y

culturales, tanto por su contenido informativo, como por el impulso que otorga la propia forma de estos medios. Las nuevas tecnologías han estimulado y promovido un proceso de fragmentación y de especialización (McLuhan y Fiore, 1987), que *puede y debe* ser utilizado para el desarrollo turístico.

El nuevo ambiente virtual nos invita a un compromiso basado en la participación, nos implica y envuelve en la vida de los otros. Nos llama a transformarnos en una fuerza creadora y participante, con lo que surge una nueva forma de política. El régimen tradicional de espacio y tiempo se ha transformado y se ha instaurado el diálogo a escala global, que acabaría con el parroquialismo psíquico, social, económico y político. “Si la tecnología es una forma de ropaje social, el mundo occidental está adoptando un vestido corporativo. El punto de vista individual ha cedido ante el papel tribal. El individualismo le cede el lugar a la interdependencia corporativa” (McLuhan, Fiore y Agel, 1971: 167). Sin embargo, dichas palabras nos parecen apropiadas al comprender un modo de operar común gracias a las NTIC’s, relativo a los procesos comunicativos contemporáneos y a nivel general para la amplia mayoría globalizada y tecnologizada en el mundo. Pese a ello, nos parece que no se debe otorgar un papel tribal a las ventajas que ofrece la tecnología en cuanto a la generación de contenidos a utilizar –al menos no de un modo taxativo-, ya que precisamente estas NTIC’s están permitiendo, también, por primera vez multiplicar, diversificar y fragmentar cada vez más la información en contenidos específicos para ser consumidos en segmentos especializados.

Vivimos entre lo homogéneo, lo heterogéneo y lo simultáneo, en la coexistencia de tecnologías, culturas y conciencias diversas, lo que causa tensión en los individuos. Un eje central para entender donde pretendemos movernos con las nuevas tecnologías virtuales, es el cooperativismo y la interdependencia global de la sociedad actual, idea ampliamente desarrollada por los teóricos de la sociedad de la información y por otros autores (Giddens, 1984; Castells, 1999, entre otros). En su versión pragmática no es otra cosa que lo que se conoce hoy día como Globalización (Magnus, 1992: 26-71).

Es en este contexto que “la Globalización se refiere tanto a la comprensión espacio-temporal del mundo como a la intensificación de la percepción del mundo como un todo, es decir, a la abundancia cada vez mayor de relaciones globales y a nuestra comprensión de las mismas (...). Esta comprensión del mundo se ha entendido con especial referencia a las instituciones de la modernidad, es decir, como globalización de la economía moderna y de las prácticas culturales (...)” (Barker, 2003: 68-69).

Este parece ser el escenario social comunicativo contemporáneo en el que nos movemos vinculados a las NTIC’s, y nos seguirá deparando permanentemente cambios complejos ligados al dinamismo social y tecnológico, y –al mismo tiempo- el turismo es altamente probable que siga siendo un sector o actividad socioeconómica y cultural con gran repercusión en el mundo. Es por ello, que la planificación y la gestión de este sector pasan por una actitud proactiva y unas prácticas de constante innovación, que han de venir motivadas por diversos factores relativos al tiempo que nos toca vivir, siempre de la mano de las NTIC’s.

Un aspecto fundamental del turismo, relativo a su génesis, es su capacidad y necesidad permanente de proporcionar emociones a los turistas, y para conseguirlo es necesario innovar porque el turista siempre espera encontrar lo inesperado, siempre tenemos que sorprenderle con algo nuevo, distinto y que a su vez en la medida de lo posible ha de ser único y diferente de otros lugares: una experiencia irreplicable. Además, el turismo es un servicio que no se puede fabricar previamente para utilizarlo, sino que su esencia está en el consumirse en el propio acto, lo que conlleva una necesidad de comunicación y coordinación muy sofisticada (Álvarez, Rego, Leira, Gomis, Caramés y Andrade, 2008). Dicha complejidad hoy parte –muchas veces- con un primer acercamiento a distancia con el destino turístico, que se viene realizando cada vez más a través de plataformas virtuales. Con el cambio de las tecnologías y en especial de las NTIC’s, los modos en la organización del sector turístico han ido variando y adaptándose a nuevos requerimientos reales.

Por una parte parece que caminamos hacia un sistema donde la racionalidad tecnológica y de las NTIC’s basada en codificaciones lo controla todo; sin embargo, frente a ello se alzan otras voces que dicen que cada vez vamos más hacia un sistema donde lo que se valora son las emociones –como decíamos- y la creación de historias para producirlas. El asunto es que a través de las NTIC’s se pueden reproducir dichas historias y proyectar su emoción en una dimensión global según desarrollaremos a continuación.

El turismo ha apostado fuertemente por la innovación basada en las NTIC’s, comenzando por las personas que se motivan por viajar después de una experiencia a través de la Red, pasando por la información del destino, la elección del medio de transporte, de alojamiento y las actividades a realizar, además, de cualquier otra instancia de interacción en algún momento de la experiencia turística. Desde esta perspectiva el turismo y los turistas estarían totalmente influenciados por la racionalidad de las NTIC’s que a través de la Red

penetran en las emociones y en el comportamiento de la población (Álvarez, Rego, Leira, Gomis, Caramés y Andrade, 2008).

Haciendo plena referencia a la postura que adhiere a las emociones, Jensen (1999) sostiene que frente a la racionalidad que culminó con la sociedad de la informática, surge una nueva sociedad en la que lo importante es saber fabricar productos basados en aspectos diferenciales que se pueden resumir en añadirle distinción a la calidad del proceso, saber contar historias en lugar de empaquetar sin más. La conclusión es evidente, dice Jensen (1999: 3-4): "Historias y cuentos hablan directamente al corazón antes que a la razón (...)".

En el siglo XX la sociedad estuvo marcada por: la ciencia, el racionalismo, y los análisis pragmáticos, ahora –en el siglo XXI– nos parece que la sociedad está caminando por la senda del Interaccionismo Simbólico⁴, ocupando una posición elevada en la interacción social. Es aquí, precisamente, donde las emociones, las historias, las narrativas, y los valores retornan al escenario. Es lo que nos sugiere la sociedad del ensueño. Según Jensen (1999), el mercado de sueños reemplaza gradualmente al mercado basado en la realidad de la información. El mercado de sensaciones está eclipsando al mercado de productos tangibles. Es decir, se impone la experiencia por sobre lo material.

Ahora bien, tendemos a creer que ninguna de las dos posturas se puede radicalizar como verdad absoluta. Ni la supremacía de las NTIC's basada en la racionalidad tecnológica, ni la de la emocionalidad por completo, sino que se debe tener en consideración ambas para rescatar los elementos que nos permitan trabajar de mejor forma en el desafío que nos hemos planteado, vinculado a la museología y la experiencia de comenzar a vivir el destino turístico desde la visita a la página web.

A continuación presentamos los parámetros –que venimos analizando–, de la sociedad del ensueño frente a la sociedad de la información, en base a una serie de oposiciones, que nos permiten explicar cómo llevar a la emoción a potenciales turistas en su interacción con una página web.

Haciendo una distinción comparativa, se puede decir que si en la sociedad de la información prima lo tangible (objetivo), en la sociedad del ensueño priman las sensaciones (subjetivo); en la sociedad de la información prima la mente y la inteligencia, en la sociedad del ensueño prima el corazón; en la sociedad de la información prima el logos, en la sociedad del ensueño prima el mito. Lo anterior lleva a que en la sociedad de la información predomine el discurso abstracto, y en la sociedad del ensueño se imponen las historias y lo ritual –mítico–; frente a la tecnología se imponen las valoraciones; frente a la razón la sensación; frente al confort físico la satisfacción espiritual; es decir, se puede hablar de un paso desde la inteligencia racional a la inteligencia emocional (Álvarez, Rego, Leira, Gomis, Caramés y Andrade, 2008: 23).

En este sentido, se plantea la necesidad de establecer rutas turísticas definidas que brinden opciones fácilmente identificables para el turista, en que el impacto y la emoción de un potencial viaje, haya de partir desde la experiencia del primer acercamiento a distancia con un eventual destino turístico. En dicha atmósfera, las plataformas virtuales adquieren gran significancia en el inicio o inspiración para realizar un viaje, asimismo en su planificación, en la reserva y compra de servicios asociados y en el compartir la experiencia de todo lo vivido relativo al viaje, tanto antes de materializarlo, como durante su ejecución, así como también una vez finalizada la vivencia completa de la experiencia turística.

Cuadro 1: La sociedad de la información frente a la sociedad del ensueño. Fuente: Álvarez, Rego, Leira, Gomis, Caramés y Andrade (2008).

Sociedad de la Información	Sociedad del Ensueño
Inteligencia racional	Inteligencia emocional
Confort físico	Confort espiritual
Componente "logo" del ser humano	Componente "mito" del ser humano
Discurso abstracto (en base numérica)	Historias, ritos
Tecnología	Valores
Tangible (objetivo)	Sensaciones (subjetivo)
Mente, inteligencia	Corazón
Muerte a los sentidos	Imperio de los sentidos

3. Metodología de trabajo.

Nuestro estudio constituye una revisión teórica -de carácter crítico- a nivel exploratorio, a través del análisis de fuentes documentales. En primer lugar, se recurrió a bibliografía especializada en: globalización, nuevas tecnologías, turismo cultural, teoría sociológica, comunicación y museología. Además se consultaron bases de datos fundamentales para la investigación como el Centro de Investigaciones Sociológicas de España (CIS), Instituto Nacional de Estadísticas (INE), Instituto de Estudios Turísticos (IET), Observatorio Nacional de las Telecomunicaciones y de la Sociedad de la Información (ONTSI), Encuestas a visitantes al Museo del Prado⁵, el Observatorio del Perfil de la Demanda Turística en Santiago de Compostela contenido en el Centro de Estudios e Investigaciones Turísticas (CETUR) de la USC. También fue fundamental la revisión sistemática y analítica de las principales páginas web de museos españolas, europeas y de distintos lugares del mundo.

Para comprender mejor el criterio de análisis y de recolección de información utilizado, nos amparamos en la socio-hermenéutica. En este sentido, entendemos por hermenéutica la construcción y reconstrucción histórica y social, objetiva y subjetiva de un discurso dado (Coreth, 1972). Asimismo, se puede sostener, que imaginar es interpretar comprensivamente y comprender será el mecanismo para percibir la intención ajena (Giannini, 1998). Esto trae consigo la incorporación de aspectos propios del sujeto que investiga, para acercarnos mejor a un análisis comprensivo. Así, para acceder más fielmente a su intención deben ser considerados los elementos pertenecientes a la dimensión valorativa del sujeto.

Por lo tanto, planteamos este aspecto de vital importancia para dirigir los esfuerzos interpretativos de nuestro trabajo. De este modo, para poder interpretar comprensivamente se requiere el esfuerzo por reconstruir todo lo que rodea a este sujeto, lo cual no es del todo posible, pero dicha contextualización es un esfuerzo honesto por esbozar una diagnosis de la realidad socio comunicativa contemporánea relativa a la utilización de las NTIC's, lo cual es un eje primordial de nuestro entramado teórico.

El reconocimiento de la imposibilidad de reconstrucción holística desde la teoría, es uno de nuestros puntos de partida, y supone aceptar que podremos comprender mejor ciertos procesos de interacción virtual -para nuestro objeto de estudio-, partiendo desde la referencia del intérprete/investigador y el propio contexto de la dinámica socio comunicativa que buscamos analizar, orientada desde plataformas virtuales de museos en nuestro tiempo.

Dicha situación condiciona en alguna medida el sentido y utilidad del texto producido, pero haciéndonos responsables de dichas limitaciones, nuestra producción teórica- discursiva cobra mayor coherencia y cercanía con la realidad analizada. Gadamer (citado en Echeverría 1997: 244) sostiene que: "el sentido del texto le pertenece a él, pero además a quien procura comprenderlo". Esta situación puede presentarse aún con mayor claridad puesto que: "en general podrá decirse de la experiencia del choque con un texto -bien porque en principio no da sentido, bien porque su sentido no concuerda con nuestras propias expectativas- es lo que nos hace detenernos y atender a la posibilidad de una diferencia (...)" (Gadamer, 2000: 334) o diferenciación.

En suma, citando a Toledo (1997: 205), lo fundamental en el trabajo hermenéutico está en asumir que: "El referente es la existencia y la coexistencia de los otros que se me da externamente, a través de señales sensibles; en función de las cuales y mediante una metodología interpretativa se busca traspasar la barrera exterior sensible de acceder a su interioridad, esto es: a su significado; así queda descrita la esencial actitud frente a las cosas humanas que, condensada en el término griego *hermeneuein* alude a desentrañar o desvelar; dicha actitud ha dado lugar a una teoría y práctica de la interpretación conocida con el nombre de hermenéutica".

En este sentido, la hermenéutica, o más bien, quien la utilice deberá procurar comprender los textos a partir del ejercicio interpretativo intencional y contextual, teniendo en cuenta la orientación de los objetivos del estudio. Dicho proceso supone desarrollar la inteligibilidad del discurso contenido en el texto; en gran medida se trata de traspasar las fronteras contenidas en las palabras mismas, para lograr la captación del sentido de éstas en tanto plasmadas en un documento. En palabras de Martyniuk (1994: 69), se podría decir que la hermenéutica persigue: "romper con elementos simbólicos contenidos en la cultura, romper con las interpretaciones del mundo que hemos construido (o heredado)". Es decir, reiteramos que nuestro análisis busca, desde una perspectiva crítica, poder significar y resignificar en un sentido profundo a través de la satisfacción de los objetivos del presente estudio.

4. Turismo Cultural. La experiencia museológica desde una perspectiva socio-turística.

El turismo desde su génesis se constituye como una articulación sociocultural. El visitante decide vivir una experiencia turística, que por lo general ha de ser fuera de su lugar habitual de

residencia, produciéndose un intercambio cultural que parece definitorio para calificar la vivencia de naturaleza turística. En el caso de los museos, como contenedores culturales, tienen una doble responsabilidad, tanto a nivel de conservación como de difusión cultural.

El turismo cultural puede ser considerado de tipo vivencial y tendría como base la experiencia de las artes visuales, artes manuales y festividades (Zeppel y Hall 1991, citado por Pereiro, 2012). Este principio se orienta desde una perspectiva de marketing experiencial (Schmitt, 2003), que convierte a los productos en experiencias como un valor acrecentado. El consumidor no compra bienes o servicios, sino que más bien compra experiencias o sensaciones que configuran una vivencia.

La relación que se establezca entre cultura y turismo puede llegar a ser un factor de motivación importante para viajar (Swarbrooke, 1996). Es decir, la vinculación entre cultura y turismo nos pone en perspectiva del eje turístico central del presente trabajo: el turismo cultural a través de la museología y atravesado por las NTIC's. En esta dimensión de análisis nos interesa difundir el conocimiento de monumentos y sitios históricos, la inmersión en la historia natural y cultural, el conocimiento de las artes, de la filosofía y del modo de vida de los distintos pueblos, con una orientación turística que nos permita establecer destinos con rutas planificadas.

Entendemos el turismo cultural como una forma de descubrimiento y redescubrimiento de los sitios culturales y de los monumentos. Se busca ejercer sobre éstos un efecto positivo considerable en la medida en que se contribuya a mantenerlos con vida y protegerlos (ICOMOS, 1999), lo que no sólo contribuye al desarrollo turístico e incremento de la economía, sino que también favorece el arraigo de la población local con lo propio.

Otras definiciones contemporáneas sobre el Turismo cultural las encontramos en UNWTO (1995) como "el movimiento de las personas por motivos culturales, de viajes de estudio, festivales, eventos artísticos, sitios-monumentos, naturaleza, arte, folklore o peregrinaciones", o en Vukonic (1996), señalando que el turismo cultural ayuda a dar a conocer, preservar y disfrutar del patrimonio cultural y turístico de cada país, y en Richards (ed., 1996) como "el movimiento de personas hacia atracciones culturales lejanas de su lugar de residencia con la intención de reunir información y experiencias para satisfacer sus necesidades culturales". Esta idea de vivir una experiencia lejana, toma gran relevancia con las NTIC's a través de los sitios web, como potencial primer

punto de acercamiento con el eventual destino turístico.

El Turismo cultural revaloriza y recupera diversos elementos culturales que caracterizan a la comunidad, pero al mismo tiempo constituye una forma de concienciar a la población local de recuperar, conservar y preservar el patrimonio cultural tangible e intangible, confiriéndole una cualidad esencial para el desarrollo local y regional. El turismo cultural no es excluyente de las demás formas de turismo, un turista de otro tipo puede realizar –además– actividades culturales, por ejemplo, un turista de congresos puede visitar museos o realizar otro tipo de actividades lúdicas.

A continuación pasamos a definir al turista cultural. Numerosos son los autores que se han referido a este tema, entre los que contamos a Cohen (1979), Smith (1989) (1996), Silberberg (1995), Urry (1996), Jansen-Verbeke (1997) y Jacobsen (2000). Si analizamos el comportamiento del turista cultural podríamos dividirlo en tres grupos de interés según Jansen-Verbeke (1997: 237-256):

- 1) *Turista de inspiración cultural*: Elige destinos famosos por su patrimonio cultural y para visitarlos una vez en la vida y con pocas intenciones de repetir.
- 2) *Turista atraído por la cultura*: Pasa sus vacaciones en un destino cultural, pero de forma ocasional visita lugares históricos y aprovecha actividades culturales.
- 3) *Turista de motivación cultural*: Elige los lugares que visita en función de la oferta cultural que ofrecen.

Figura 1: Comportamiento del turista cultural basado en la clasificación de Jansen-Verbeke (1997). Adaptación y elaboración propia (2013).



El turista cultural que visita los museos no es un turista homogéneo, pues presenta una amplia gama de características y de necesidades reconocidas. Dichas necesidades responden a distintos grados de intensidad de motivación por realizar turismo cultural, abordadas por Silberberg (1995: 362), a través de la siguiente figura:

Figura 2: Grado de intensidad de la motivación cultural del turista, según la clasificación de Silberberg (1995).



A través de una figura concéntrica Silberberg, nos muestra:

- 1) En el círculo representado por “alta motivación”. Personas con una mayor motivación por la cultura, quienes viajan al destino turístico, principalmente para asistir a representaciones teatrales, visitar museos y festivales culturales.
- 2) En el círculo representado por “motivación en parte”. Personas que viajan al destino turístico por las oportunidades culturales que este representa y en parte para visitar amigos o parientes.
- 3) El círculo representado por “motivación complementaria”. Turistas cuya motivación principal no es cultural. Una vez en el destino pueden incorporar a sus actividades turísticas planes culturales.
- 4) El círculo representado por los “accidentalmente motivados”. Aquellos que viajan al destino sin intención de visitar ninguna atracción o evento cultural. Una vez en el destino influenciado por terceras personas o por proximidad física con el evento, llegan a participar de la oferta cultural del destino.

Por otra parte, Silberberg (1995) también hace referencia a aquellos turistas que no están moti-

vados en absoluto por las atracciones culturales y que no desean visitarlas bajo ninguna circunstancia. El mismo autor, señala que las estrategias a seguir en el desarrollo del mercado turístico, se centrarían especialmente en los tres primeros círculos descritos.

La tendencia de la demanda del turismo cultural es cada vez más concentrada en términos espacio-temporales. Cada vez hay más turistas que llegan a los principales destinos culturales de Europa, y los “mega-acontecimientos” culturales atraen a un mayor número de visitantes. Todo ello produce una interesante visión óptica de crecimiento, en el que los sitios que hay que ver, como los Museos de Louvre o Guggenheim, por ejemplo, atraen cada vez más visitantes mientras que el número de visitantes de otros museos está descendiendo (Richards, 2001). Este puede ser un fenómeno interesante a tener en consideración, desde la perspectiva de la interacción virtual con dichos colosos de la cultura.

A continuación, procedemos a definir el perfil de los usuarios de redes sociales e internet, ya que este análisis corresponde a una arista mucho más amplia que por su puesto abarca a los turistas culturales. Para Giones-Valls y Serrat-Brustenga (2010), el concepto de identidad digital, es la representación virtual de uno mismo en el espacio de Internet construida a partir de la propia actividad desarrollada en la Red de Redes. Esta identidad digital puede coincidir o no con la identidad del individuo fuera de la Red, aunque para Baym (1998: 35-68. Jones (ed.)) la mayoría de los usuarios en la Red posee una identidad similar tanto online como offline.

Manuel Castells (1999), frente a este tema establece como hipótesis que la interacción con las NTIC’s va ligada al desarrollo de habilidades tecnológicas, informacionales y una actitud activa en la Red. Es decir, una inter-relación participativa, abierta y colaborativa con las redes sociales, pueden ser una interesante vía de construcción y gestión de la identidad digital de cada usuario. La utilización de las redes sociales permite modelar la creación de las identidades digitales, consecuencia directa de la gran diversidad de servicios web y herramientas en Internet. Adicionalmente son un importante e interesante catalizador de la convergencia entre la identidad digital y la analógica a través de la construcción y la gestión del perfil digital, constituyéndose como una herramienta fundamental para el ciudadano que vive y se desarrolla en la sociedad en Red (ONTSI, 2012: 42).

Ahora nos parece pertinente presentar el estudio The Social Profile (2010) que identifica doce tipos distintos de consumidores, donde se analiza los niveles de actuación en las redes sociales y de

consumo, en función de distintas edades y niveles de ingreso. La clasificación es:

- *Círculo de confianza* (inner circle): Aquellos sujetos que están interesados en mantener relación con familiares y amigos. Es un público objetivo difícil de captar por su desconfianza ante las campañas de marketing de las organizaciones.
- *Cautelosos* (cautious): Consumidores muy selectivos para comunicarse y compartir información a través de la Red. Muy celosos de su intimidad virtual, por lo que sólo acceden a recibir información altamente segmentada y personalizada.
- *Solicitantes de información* (infoseekers): Ávidos de consumir información. Utilizan las redes sociales como canal para intercambio de opiniones con familiares y amigos. Proclives a recibir información de las compañías a través de sus correos electrónicos.
- *Entusiastas* (enthusiasts): Usuarios que llevan sus intereses offline a la Red, como: música, cultura, deporte, ocio y recreación. Fundamentalmente jóvenes, bastante activos tanto a través de las redes sociales como del correo electrónico. Les gusta recibir información on line fiable, interesante y de calidad.
- *Solicitantes de ofertas* (deal seekers): Buscan ofertas y descuentos a través de todos los canales online disponibles: correo electrónico, Facebook, Twitter, etc. No generan contenido propio, pero sí participan con comentarios en artículos sobre productos o empresas.
- *Compradores* (shoppers): Comprenden a aquellos más interesados por comprar cuando están en la Red, pero sus intereses no están limitados a las transacciones online. Pasan mucho tiempo investigando y preparando sus compras. Más interesados en la calidad que en el precio. Son mayores de 25 años y de alto poder adquisitivo.
- *Adictos a las noticias* (news junkies): Utilizan la Red como fuente primaria de información para noticias y eventos. Participan activamente en las redes sociales, especialmente publicando artículos, comentando los de otros y dando votos a noticias y comentarios. Segmento mayor de 35 años, propensos a leer artículos informativos y ofertas comerciales.
- *Jugadores* (gamers): Interesados en videojuegos. Poseen bajo poder adquisitivo. Utilizan las redes sociales, sobre todo Facebook, para jugar y compartir experiencias. Poco interesados en seguir a las marcas.
- *Mariposas sociales* (social butterflies): Utilizan las redes sociales para hacer y mantener muchos amigos como prioridad y no para relacionarse con colegas de trabajo. Interesados en ofertas.

Prefieren recibirlas por correo electrónico a hacerlo a través de las redes sociales.

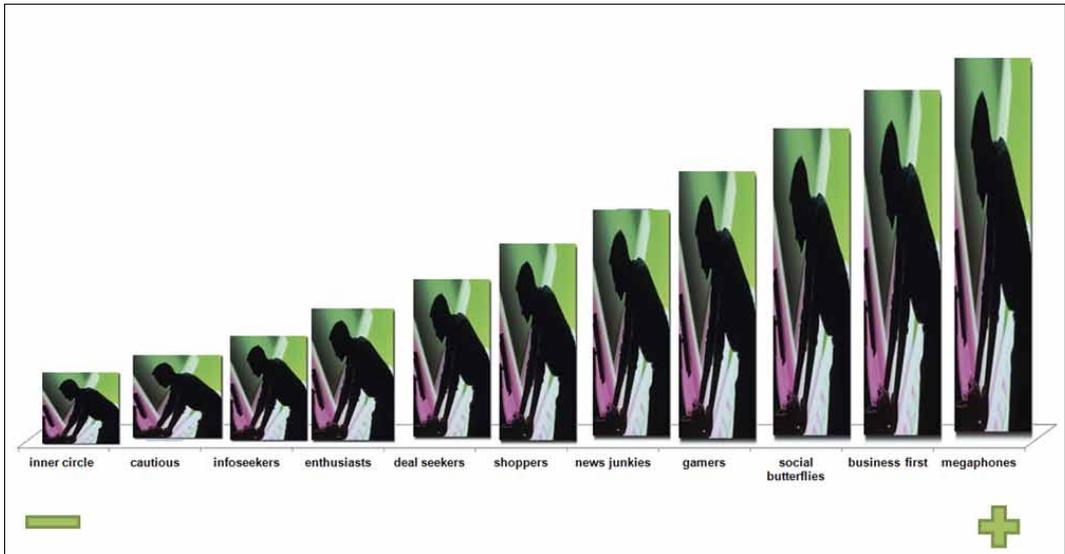
- *Los negocios primero* (business first): Les interesa hacer negocios por Internet, buscar las últimas tendencias, captar contactos profesionales y abrir oportunidades de trabajo a través de redes como LinkedIn. Usan el correo electrónico frecuentemente y aunque no son muy dados a seguir marcas a través de redes sociales, sí son usuarios activos de la Red. Es más fácil captarles como seguidores en Twitter mediante la promesa de actualizaciones de producto o de información educativa, que por medio de la promesa de descuentos o entretenimiento.
- *Amplificadores* (megaphones): Buscan conectarse, educarse y compartir recursos e información con otros, con alto grado de interés. Utilizan las redes sociales para compartir, pero no son receptivos a campañas comerciales a través de Internet y muy rara vez consumen este tipo de mensajes a través de sus correos electrónicos.
- *Libros abiertos*⁶ (open book): Acostumbran a mostrar en la Red sus gustos y sus opiniones negativas. Se sienten libres en la Red y pueden llegar a dejar comentarios inapropiados o muy polémicos. Quieren divulgar sus experiencias y encontrar a personas a quien contárselas. Para las compañías o marcas, este grupo debe ser de cuidado y su trato con ellos debe ser meticulosamente planificado, ya que pueden llegar a ser sus máximos defensores o detractores. Para que una empresa los capte positivamente debe otorgarles contenido exclusivo –que les haga sentir importantes-, es decir, darles facilidades para tener una interacción personalizada con la compañía.

Con la figura 3, de acuerdo a nuestro análisis, se busca mostrar el grado de participación que pueden tener los distintos perfiles de consumidores on-line. Siguiendo la figura, en la medida que los tipos de consumidores se van acercando hacia el signo (+), de alguna manera dichos consumidores pueden resultar más proclives a nuestras estrategias y tácticas de difusión y comercialización. Para nuestro caso de estudio, referidas a la interacción virtual entre los museos y los potenciales visitantes/turistas.

5. Las NTIC's en Internet. La comunicación global contemporánea orientada a la museología.

Actualmente Internet es el medio más utilizado para obtener información en el mundo, alrededor del 60 a 70%, entre la población de 16 a 50 años,

Figura 3: Tipología del perfil de consumidor on-line, analizada en el estudio The Social Profile (2010). Elaboración propia (2013)⁷.



utiliza este medio para obtener cualquier tipo de información relativa a una decisión de compra (European Tecnographyps Benchmark Survey Q2, 2010). Llama la atención el incremento de la utilización de internet y el comercio electrónico así como el aumento del número de internautas en los últimos años en España.

En España los productos que más se buscan por internet son los viajes, 78%, y telefonía móvil 71%. Aunque la búsqueda cada vez es más frecuente on-line las compras continúan haciéndose mayoritariamente en el canal tradicional. Sin embargo, los viajes y la telefonía móvil se encuentran entre las categorías que más compras exclusivamente on-line realizan (TNS Digital Life, 2011). Asimismo, la importancia de los buscadores en la red cada vez es mayor, siendo el más importante Google, y en menor medida Yahoo. Además existen algunas redes sociales como Facebook, Twitter, Flirck, etc, que también colaboran en el proceso de acercamiento al ciber- usuario. En vista de todos los antecedentes señalados, consideramos que es relevante analizar las nuevas herramientas de comunicación virtual, vinculadas al turismo cultural y a la museología.

Es innegable que las NTIC's ya son parte de la interacción cotidiana de millones de personas repartidas por todo el mundo. Dicha situación nos pone en condición de plantear la necesidad de comprender como podemos usar de mejor forma la comunicación virtual, en este caso orientada a mejorar la difusión de información turística relativa al

turismo cultural y la museología, pero ya entendida como vivencia, así como también la posibilidad de compartir en tiempo real la experiencia turística y luego, una vez que esta ya ha finalizado. Sin duda, esto permitirá contar con un mayor flujo de turistas y un mejor conocimiento o reconocimiento del patrimonio cultural.

Los nuevos turistas culturales buscan experiencias nuevas. Asistimos al relevo de la información por la experiencia. El nuevo turista busca conjugar la cultura con la diversión (Ramos, 2007: 69). Los patrones tradicionales de alta cultura están cambiando, se busca la sofisticación en el recreo y la diversión y no tanto la consecución de un logro u objetivo personal (Richard, 2001).

Para el museo es fundamental salvaguardar y preservar el patrimonio de los pueblos, así como conservar, proteger y difundir los valores del patrimonio cultural. Además, de la misión educativa del museo está la función del estudio y la investigación. El museo está al servicio del desarrollo endógeno de las comunidades sociales cuyos testimonios conserva y facilitan la expresión de las aspiraciones culturales. Decididamente orientados hacia su público, los museos han de permanecer atentos a las evoluciones socioculturales, "y permiten exponer nuestra identidad y nuestra diversidad en un mundo en perpetua mutación" (UNESCO, 2012a). El Ministerio de Cultura de España, encargó a SEGITTUR⁸ desarrollar en 2011 el proyecto de promoción de la cultura española,

cuyo objetivo fue: potenciar los contenidos digitales de los museos, digitalizar y catalogar los museos estatales, recuperar la información y desarrollar una pasarela tecnológica para la integración de las colecciones de los museos en la red digital de Colecciones de Museos españoles.

En Santiago de Compostela se realizó la actualización del Plan Estratégico de Turismo (2010-2015), donde se propone el reposicionamiento de la ciudad como un destino de turismo cultural. Se reconoce a los museos como pieza clave de la revitalización del destino. Los museos tienen la oportunidad de relanzar su oferta en base a lo existente pero con una orientación turística. Sin embargo, en la actualidad la oferta museística no corresponde a la importancia de Santiago como destino cultural, no por el contenido existente en los propios museos sino por la carencia, acorde con la actualidad, de un diseño estratégico adecuado en cuanto a la promoción, comercialización y difusión turística.

La presente propuesta está orientada a optimizar el proceso estratégico- turístico para llegar de mejor modo a potenciales turistas. Una vez embarcados en este objetivo, nos planteamos la manera para inspirar o emocionar al público objetivo a través de las NTIC's y más concretamente en las páginas webs de los museos.

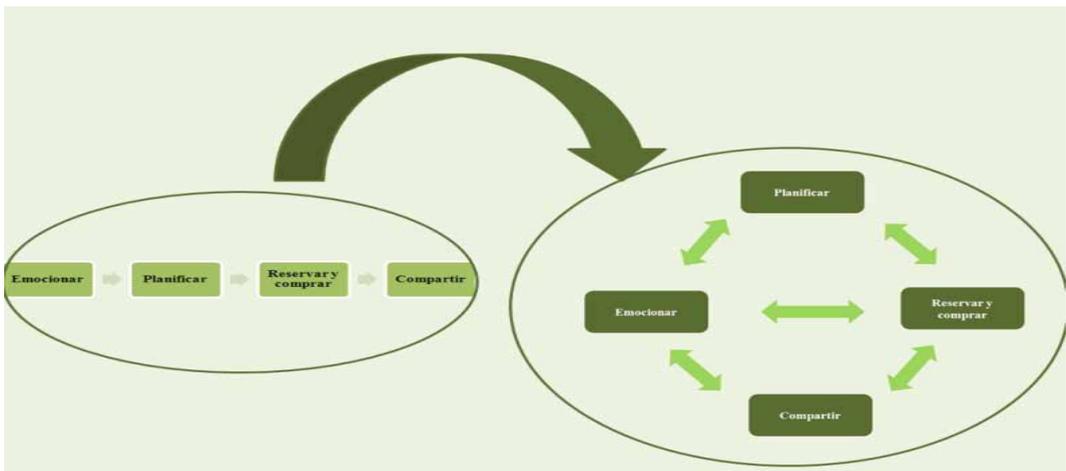
Las redes sociales son un método, de bajo coste, rápido, de fácil acceso, con posibilidad de otorgar contenido escrito y audiovisual, y se facilitan –también– las alianzas estratégicas inter- organizacionales, etc. Todas ellas son herramientas que posteriormente permiten agilizar el proceso de reserva y compra de productos y servicios asociados

al turismo. Del mismo modo, es posible a través del turismo cultural, fortalecer las estructuras socioculturales de una localidad, por cuanto nos ayuda a generar cohesión social (interna), desde el momento en que las manifestaciones culturales propias, están en condiciones de ser ofrecidas como producto turístico en nuestro mundo global.

Ahora bien, para comprender mejor como ha ido variando el comportamiento del turista- consumidor, es necesario analizar la evolución que ha experimentado el paso del turista del siglo XX al siglo XXI. Fundamentalmente, su forma de comportarse vinculada a la emocionalidad y a la experiencia turística. Con el paso de las últimas décadas del siglo XX, en general, las sociedades se han visto impulsadas por avances socioeconómicos, en la calidad de la accesibilidad al transporte y la tecnología, además del incremento en el nivel de vida, mayor cantidad de vacaciones pagadas y como consecuencia de ello un aumento del tiempo libre. El turismo pasó de ser de élite para convertirse en una actividad más masiva. Nos referimos a un turismo moderno, convencional, pasivo y fordista⁹, lo que implicó que los grandes volúmenes de turistas ocasionaran la industrialización y homogenización de los servicios turísticos, la creación de los paquetes turísticos y su organización en grupos, lo que a grandes rasgos generó una nula diferenciación de la oferta de destinos masivos (Ayala, Martín y Masiques, 2003: 2).

Por su parte el modelo del siglo XXI, es atravesado por la explosión de constantes y dinámicos cambios sociales, políticos y culturales, y por la permanente escalada de las NTIC's. Este turismo

Figura 4: Esquema cambio de comportamiento del turista del siglo XX, al turista del siglo XXI. Elaboración propia (2013).



responde a un nuevo llamado que busca salidas alternativas alejadas de la pasividad, para ser creadores y protagonistas de su experiencia turística basada en la emoción. Se relaciona con un turismo postfordista¹⁰, flexible, asociado con la participación, y las experiencias, la satisfacción y el enriquecimiento personal, más que con el escapismo o la fidelidad a un destino o modalidad turística (Ayala, Martín y Masiques, 2003: 2-3). Una característica diferenciadora del turista del siglo XXI amparado en las NTIC's, es que se incrementa la posibilidad e interés por compartir experiencias a distancia en tiempo real, pudiendo llegar a gran cantidad de personas en forma instantánea, pero a su vez enviar mensajes direccionados selectivamente y con posibilidad de respuesta inmediata, tal como se refleja en el siguiente esquema.

Esta figura nos muestra el comportamiento unidireccional y carente de dinamismo que poseía el turista del siglo XX (lado izquierdo de la figura 4), de acuerdo a las cuatro etapas que hemos señalado como de relevancia (Figura 4) para llevar a cabo la experiencia turística integral apoyada por las NTIC's, que durante el siglo pasado no se alcanzó a materializar de la forma en que hoy parece estar concretándose. En la actualidad (lado derecho de la figura 4), el actuar e interactuar del turista del siglo XXI, se está desarrollando de acuerdo a patrones de conducta dinámicos, cambiantes, e incluso inestables en relación al comportamiento relativo con la experiencia turística vinculada a la interacción con las NTIC's. Es por ello que nos referimos a un proceso multidireccional de comportamiento, en que todas las etapas pueden ser un punto de partida y a la vez fuente de retroalimentación tanto entre potenciales turistas como entre turistas y el museo, y viceversa.

Queda de manifiesto que la interacción a través de las NTIC's y la Web en virtud de favorecer el proceso de experiencia turística desde una perspectiva integral, hoy por hoy, comienza a resultar muy relevante. No podemos entregar una comunicación e *información virtual estática*, sino por el contrario debe ser *dinámica y atractiva*. Por ejemplo, una página web funcionará sólo siempre cuando responda adecuadamente a los deseos y necesidades del potencial turista. No se trata sólo de ofrecer un gran abanico de posibilidades de información, aunque sea muy interesante, porque lo fundamental es lograr directa empatía con el usuario para que decida participar en la experiencia turística. Como venimos señalando, *el público ha evolucionado y demanda otras necesidades como: la emoción, la transmisión de experiencias, la interacción y el compartir*.

En base a estas necesidades emocionales se puede lograr, de algún modo, cautivar al público

que visite -por ejemplo- la página web de un museo. Es decir, orientar la comunicación virtual en este sentido y con una alta calidad, concederán el dinamismo y cercanía necesaria con los cibernautas, para que pasen de ser potenciales turistas, a vivir la experiencia completa de una ruta turística dada. El sitio web puede ser el primer acercamiento con el destino turístico o acompañar al internauta en cualquier etapa del ciclo de vida de la experiencia turística.

Para lograr lo señalado, es necesario que todos los elementos involucrados vayan en directa coherencia y armonía con un sentido turístico, acondicionado a través de contenidos e imágenes ligadas a ciertos objetivos pre-definidos. La idea primordial es lograr *emocionar e inspirar* al cibernauta como potencial realizador de una ruta turística, o como comprador a través de la tienda on-line del sitio web, o como eventual difusor de todo lo anterior, desde la perspectiva de la comunicación virtual.

Además señalar que la arquitectura de la página web dará un sentido general tanto a nivel de ejes temáticos como a nivel turístico. Asimismo las imágenes son promotoras de emoción al instante y generan impulsos en los ciber-usuarios. Finalmente, la página de inicio es el primer acercamiento con el sitio web, por lo que consideramos que cada detalle debe ser cuidado al máximo a nivel comunicacional, con el objetivo básico de empatizar con el cibernauta y serle de utilidad inmediata.

La idea fundamental es que el sitio web nos permita acceder de un modo simple, rápido y atractivo a toda la información necesaria para poder planificar nuestro viaje desde una perspectiva turística, otorgándonos la ayuda y seguridad necesaria que nos motive a tomar la decisión definitiva de visitar el museo/destino turístico. En este sentido, estamos entendiendo la planificación como un proceso de toma de decisiones para alcanzar un futuro deseado, teniendo en cuenta la situación actual y los factores internos y externos que pueden influir en el logro de los objetivos del potencial turista.

Es por ello, además, que la imagen del destino turístico integral debería ir directamente ligada a la imagen de la página web del museo y viceversa. El acercamiento del visitante con el sitio web estará condicionado por el grado de motivación según el perfil del turista¹¹. En un primer momento el ciber-turista puede observar de un modo aleatorio el eventual destino para planificar su viaje entre diversas posibilidades en la web, sin fijar concretamente su atención. De ahí la importancia de reflejar una imagen coherente y atractiva en la página web del museo, por ejemplo, -acorde con la realidad de todo el destino-, es primordial para iniciar dicha planificación y finalmente concretar su llegada al lugar.

El sitio web debe permitir acceder de un modo sencillo, rápido y atractivo a toda la información necesaria para poder reservar y comprar productos y servicios relativos a la visita del museo y asociados, que involucren una determinada ruta turística o servicios complementarios entendidos como parte del destino. Esta experiencia debe ir en plena coherencia tanto con una perspectiva turística como comercial.

Las plataformas web son un eje importante de las NTIC's, pueden desarrollarse en contextos que permiten una comunicación bidireccional o multidireccional interactiva, tanto entre los agentes implicados en el proceso (Hoffman y Novak, 1999) de reserva o compra de entradas o servicios asociados al museo, como con otros actores indirectos que puedan tener relevancia estratégica para la oferta de una ruta turística integral.

Martínez, Ortigueira y Pérez (2006: 62) plantean que un consumidor, desde una perspectiva turística, desarrollará una serie de opiniones o creencias (aspectos cognitivos) en relación a los diversos atributos o características de la interacción on-line que determinarán en parte, su actitud o evaluación general de dicho medio (aspecto afectivo). Además, esta actitud general determinará sus evaluaciones con respecto a aspectos relacionados con la compra (comportamiento) en Internet, respecto de la oferta turística. Este componente afectivo influye sobre la confianza que un consumidor manifiesta hacia la compra on-line. Estas relaciones constituyen un cuerpo central de estructura sistémica, en este caso orientado a la reserva y compra, por ejemplo, a través de la página web de los museos.

Se puede observar una relación directa y positiva entre las percepciones del consumidor hacia los aspectos de diseño en la web y su actitud general hacia Internet y sus posibilidades de interacción y de compra. Asimismo, existe una relación entre las percepciones del consumidor acerca de los beneficios sociales proporcionados por Internet y su actitud global hacia dicho medio, vinculado, -por cierto- a la confianza de la interacción on-line. Finalmente, hay que señalar que mientras mayor sea la utilidad percibida por el consumidor en la compra a distancia, mayor será su predisposición a confiar y realizar compras a través de Internet (Martínez, Ortigueira y Pérez, 2006: 64-65-68).

En la medida en que el consumidor/visitante perciba que la información no sólo es útil, sino que además está presentada de forma atractiva y bien estructurada, facilitando por tanto el proceso de navegación, y que, en definitiva, el diseño del espacio Web es coherente, se conseguirá una mayor valoración de dicho espacio (Martínez, Ortigueira y Pérez, 2006: 75). Aumentan las posibilidades de

compra e interacción on-line, y facilitan la relación turística.

La página web del museo debe otorgarnos las herramientas de socialización digital que tenga disponibles para realizar el proceso de compartir en las distintas etapas de la experiencia turística. Un aspecto relevante es que cada vez son más los turistas, antes, durante y una vez que han finalizado su estancia en el destino, estos comparten a través de las redes sociales sus vivencias con familiares y amigos. A su vez, el museo, puede interactuar también con los visitantes. En este proceso se genera información muy valiosa.

Entonces, la Red pasa a dar cuenta de la manera cómo se establecen dichas relaciones sociales, las cuales corresponden a un entramado de acciones, significados y emociones entre sujetos individuales y colectivos (Perilla y Zapata, 2009: 150). Los significados que las personas atribuyen a los eventos y experiencias vividas se organizan según infinitas tramas de interpretaciones presentes en la cultura de la cual se hace parte el turista, y según las formas de configuración de las subjetividades a partir de la propia experiencia vital —que incluye guiones y formas de relación específicas—, las cuales se comportan como itinerarios que se van modificando en la medida que se recorren (Perilla y Zapata, 2009: 156) tanto en el cara a cara, como por el ciberespacio o a través de la comunicación virtual entendida desde una dimensión holística.

Además es importante reforzar, que nuestra reflexión va en la línea de solidificar la visita turística como una experiencia de vida que se quiere compartir, tanto con los oferentes del servicio turístico como con familiares y amigos, con todo el influjo de información y difusión – en todas direcciones- que ello implica tanto a nivel directo como virtual. Asimismo, es importante la permanente difusión informativa que realice el museo hacia los potenciales visitantes.

Finalmente, señalar que la intención de compartir experiencias turísticas a través de las plataformas virtuales y las redes sociales es de gran utilidad informativa tanto para el museo porque puede saber la opinión de los visitantes, como para el turista al momento de informarse sobre las características del museo y las actividades que se ofrecen. Sin embargo, es necesario considerar que una utilización de estas tecnologías *sin un control institucional por parte del museo* puede provocar graves daños a la imagen de la institución. Y la buena imagen es un asunto muy delicado, porque de un momento a otro se pierde, pero ganarla o recuperarla tarda mucho tiempo y trabajo.

6. Consideraciones finales

- Los museos contribuyen al arraigo identitario, a la cohesión social de una comunidad, a la vertebración del territorio, y a la dinamización de la oferta turística de un destino.
- El turismo cultural conserva y preserva el patrimonio tangible e intangible, convirtiéndose en un instrumento esencial para el desarrollo económico-social local, por lo que los museos tienen mucho que decir al respecto.
- El turista del siglo XXI, busca vivir experiencias culturales y entretenidas, de ahí la importancia de las NTIC's en la comunicación y comercialización turística. Los sitios web de los museos deben conectar con el ciber-usuario para emocionarlos y ayudarlos a construir interpretaciones para una experiencia turística.
- El turista cultural parece abarcar mucho terreno en el escenario turístico de nuestro tiempo. Las motivaciones de este tipo de turista tienen gran relevancia para dar contenido a las rutas turísticas y por lo tanto a los destinos. Debido a que el turista cultural encaja mucho mejor en las sociedades multiculturales actuales, nos encontramos ante una *multi-motivación del turista* a la hora de realizar distintas actividades que tienen que ver con las manifestaciones culturales de un lugar. Por tanto, son dichas manifestaciones las que se deben presentar en el primer acercamiento virtual con el destino. A través de las NTIC's se puede manifestar una primera imagen emitida que motive la elección de un destino turístico.
- Es importante captar la atención de nuestro público objetivo a través del primer golpe de vista que se puede dar en el sitio web de un museo, para introducir al turista en sus contenidos. Surge una profundización en la relación entre la tecnología y la forma en que se manifiesta la cultura, lo que requiere ser tenido muy en cuenta, sobre todo a la hora de buscar optimizar la utilización de las plataformas virtuales de los museos.
- La instantaneidad y globalidad que nos ofrece Internet y la utilización de las NTIC's, hoy permite un acercamiento a distancia con casi cualquier destino turístico del mundo. Para satisfacer la demanda de los nuevos turistas se hace necesario un servicio personalizado y preparado a medida de las experiencias que el visitante desea vivir, dando gran significancia a las emociones, que pueden brotar de la mixtura permanente entre la cultura y la diversión.
- Es importante reflejar una imagen coherente, atractiva y representativa en la página web del museo, acorde con la realidad del mismo, así como también en coherencia con la imagen real

del destino. Esto puede simplificar la tarea de elección de un destino, motivando la planificación de un viaje hasta finalmente concretarlo.

- Proponemos realizar una interacción con el sitio web, que se ejecute de modo sencillo, rápido, atractivo, seguro y fiable con acceso a toda la información necesaria para motivar a reservar y comprar productos y servicios, relativos a la visita misma del museo. También, la interacción con la página web ha de permitir el acceso a productos y servicios asociados, que involucren una determinada ruta turística o servicios complementarios, entendidos como parte del destino desde una perspectiva integral.
- Destacamos la valiosa información que se genera e intercambia a través del proceso de interacción virtual. En dicho proceso interviene y se beneficia tanto el turista como el propio museo y el destino turístico en general, gracias al permanente flujo de información que se encuentra circulando en las plataformas virtuales de comunicación, fundamentalmente en las redes sociales.
- Es necesario trabajar permanentemente para poseer una buena imagen pública, en este caso, a través de las distintas posibilidades comunicativas que nos ofrece Internet, a través de las plataformas virtuales de comunicación. Por lo tanto, los museos y destinos turísticos deben compartir experiencias turísticas mediante el uso de las NTIC's, y en las redes sociales en busca de fortalecer su imagen.

Bibliografía

- Álvarez, Antón. Rego, Gustavo. Leira, José. Gomis, Alfonso. Caramés, Rosa. y María José Andrade. 2008. "Innovación turística: perspectivas teóricas y objetos de estudio". Revista de ocio y turismo (ROTUR) I (1): 19-50. Tórculo Artes gráficas S.A. Universidade da Coruña, España.
- Ayala, Héctor. Martín, Ramón. y Masiques, Jorge. 2003. "El turismo de sol y playa en el siglo XXI". Ponencia presentada en la XXIII Convención de Turismo de Cuba, Varadero.
- Barker, Chris. 2003. Televisión, Globalización e Identidades Culturales. Barcelona: Páidos Ibérica S.A.
- Jones, Steven G. (Ed). 1998. Cybersociety 2.0. Revisiting Computer-mediated Communication and Community. University of Illinois at Chicago, United States of America: SAGE Publications Ltd.
- Baym, Nancy K. 2000. The emergence of online community. Thousand Oaks, United States of America: Sage Publications Ltd.

- Blumer, Herbert.
1969. *Symbolic Interactionism. Perspective and Method*. Berkeley and Los Angeles, California: University of California Press.
- Castells, Manuel.
1999. *La Era de la Información: Economía, Sociedad y Cultura*. La Sociedad Red. México: Siglo XXI
- Coreth, Emerich.
1972. *Cuestiones Fundamentales de Hermenéutica*. España: Editorial Herder.
- Centro de Investigaciones Sociológicas (CIS).
2005. *Globalización y relaciones Internacionales*. Estudio N° 2606. Revisado en marzo 2013 en: http://www.cis.es/cis/opencms/Archivos/Marginales/2600_2619/2606/Es2606.pdf
- Cohen, Erik.
1979. "Rethinking the sociology of tourism". *Annals of Tourism Research*, 6(1):18-35.
- Echeverría, Rafael.
1997. *El Búho de Minerva*. Santiago: Editorial Dolmen.
- Enzesberger, Hans Magnus.
1992. *La gran migración (treinta y tres acotaciones)*. Barcelona: Editorial Anagrama.
- Estudio The Social Profile.
2010. Revisado en enero 2013 en: <http://www.brandinred.com/los-doce-magnificos-perfiles-en-las-redes-sociales/>
- European Tecnographyps Benchmark Survey Q2.
2010. Revisado en enero 2013 en: <http://www.forrester.com/ER/Research/Survey/Excerpt/1,10198,779,00.html>
- Giones-Valls, Aina. Serrat-Brustenga-Marta.
2010. "La gestión de la identidad digital: una nueva habilidad informacional y digital". *Bid*, n.º 24. Textos Universitarios de economía y documentación de la universidad de Barcelona. Google Look inside Travel Spain.
2010. Revisado en diciembre 2012 en: <http://www.lookinside.travel/travelthink/>
- Giannini, Humberto.
1998. *Breve Historia de la Filosofía*. Santiago: Editorial Universitaria.
- Gadamer, Hans-Georg.
2000. *Verdad y Método. Vol I y II*. Madrid: Editorial Sígueme.
- Giddens, Anthony.
1984. *The constitution of society. Outline of the theory of structuration*. Berkeley and Los Angeles: University of California Press.
- Hoffman, Donna L. Novak, Thomas. y Peralta, Marcos.
1999. "Building consumer trust in online environments: the case for information privacy". *Communications of the ACM*, 42(4): 80-85.
- ICOMOS.
1999. *Carta internacional sobre turismo cultural*. La gestión del turismo en los sitios con patrimonio significativo. Revisado en abril 2012 en: http://www.international.icomos.org/charters/tourism_sp.pdf
- Instituto de Estudios Turísticos de España (IET).
2012. Revisado en mayo de 2012 en: <http://www.iet.tourspain.es/es-ES/estadisticas/familitur/Paginas/default.aspx>.
- Instituto Nacional de Estadística de España (INE).
2012. Revisado en octubre de 2012 en: <http://www.ine.es/>
- Informe de Competitividad Turística: España segunda potencia mundial por la riqueza de sus recursos culturales.
2011. Revisado en mayo 2012 en: <http://www.booz.com/es/home/41300341/articulos/49442389>
- Ioannides, Dimitri.
1997. "Post- fordism and flexibility: The travel industry polyglot". *Tourism Managemet*, 18(4): 229-241.
- Jens, Kristian. y Steen, Jacobsen.
2000. "Anti-tourist attitudes: mediterranean charter tourism", *Annals of Tourism Research*, 27(2): 284-300.
- Jansen-Verbeke, Myriam.
1997. "Urban Tourism. Managing resources and visitors". En Salah, Wahab. y Pigram, Jhon J. (Eds.), *Tourism, development and growth: the challenge sustainability*. Londres y Nueva York: Routledge.
- Jensen, Rolf.
1999. *The dream society. How de coming shift from information to imagination will transform your business*. United States of America: McGraw- hill.
- Martyniuk, Claudio E.
1994. *Positivismo, Hermenéutica y Los Sistemas Sociales*. Argentina: Editorial Biblos.
- Marchena, Manuel.
1987. "Un ejercicio prospectivo: de la industria del turismo fordista al ocio de producción flexible", *Papers de Turisme*: 14-15. Valencia: ITVA, Institut Turistic Valencià.
- Martínez, Francisco. Ortigueira, Manuel. y Pérez, Mario.
2006. "Confianza del consumidor en la compra a través de Internet: una propuesta de modelización basada en la jerarquía de aprendizaje estándar". *Cuadernos de Gestión*, 6(2): 59-79.
- McLuhan, Marshall. y Fiore, Quentin. 1987. *El medio es el mensaje*. Barcelona: Ediciones Paidós, Ibérica S.A.
- McLuhan, Marshall.
1972. *La Galaxia Gutenberg (Génesis del Homo Typographicus)*. Madrid: Aguilar, S.A. Ediciones.

- McLuhan, Marshall. Fiore, Quentin. y Angel, Jerome.
1971. *Guerra y Paz en la Aldea Global*. Barcelona: Ediciones Martínez Roca, SA.
- Museo del Prado.
2013. Revisado en enero de 2013 en: <http://www.iet.tourspain.es/es-ES/estadisticas/otrasestadisticas/museodelprado/paginas/default.aspx>
- Observatorio Nacional de las Telecomunicaciones y de la sociedad de la Información (ONTSI)
2012. Estudio sobre Comercio electrónico B2C. 2011. Revisado en abril de 2012 en: http://www.ontsi.red.es/ontsi/sites/default/files/presentacion_estudio_b2c_2011.pdf.
- Pereiro, Xerardo.
2012. "Turismo Cultural. Una visión antropológica". Colección PASOS, (2). Revisado en enero de 2013 en: <http://www.pasosonline.org/Publicados/pasosedita/PSEdita2.pdf>.
- Perrilla, Leonor. y Zapata, Bárbara.
2009. "Redes sociales, participación e interacción social". Trabajo Social n.º 11, Bogotá. Pp. 147-158. Universidad nacional de Colombia, Facultad de Ciencias Humanas, departamento de trabajo social. Revisado en abril de 2012 en: www.humanas.unal.edu.co/tsocial/index.php/download_file/.../105/
- Ramos, Manuel.
2007. *El turismo cultural, los museos y su planificación*. España: Ediciones Trea, S.L.
- Richards, Greg (Ed.).
1996. *Cultural Tourism in Europe*. Wallingford, UK: Cabi Publishing. Revisado en abril de 2012 en: www.atlas-euro.org.
- Richards, Greg.
2001. "El desarrollo del turismo cultural en Europa". *Revista de Estudios Turísticos*, (150): 129-150.
- Santana, Agustín.
2007. "Imaginando la imagen en turismo: un viaje de ida y vuelta" Seminario sobre la imagen en Andalucía en el discurso turístico. Sevilla. Centro de Estudios Andaluces, pp.1-22. Revisado en marzo de 2012 en: www.centrodeestudiosandaluces.es/datos/paginas/factoria/ideas/ponenciasimagenandalucia-turismo.pdf
- SEGITTUR.
2012. Plan de Promoción Internacional del Turismo Cultural 2010-2012. Revisado en noviembre de 2012 en: <http://www.minetur.gob.es/es-es/gabineteprensa/notasprensa/documents/plan-promocionturismointern.pdf>
- Silberberg, Ted.
1995. "Cultural tourism and business opportunities for museums and heritage sites". *Tourism Management* 16 (5): 361-365.
- Swarbrooke, John.
1996. "Towards a sustainable future for cultural tourism: a European perspective". En Robinson, Mike. *et al* (Eds). *Tourism and Culture: Towards the 21st Century Conference Proceedings one of the 4 volumes – Culture as the tourism product*. Sunderland: Centre of Travel and Tourism and Business Education Publishers.
- Schmitt, Melanie.
2003. *Issues in Cultural Tourism Studies*. London: Routledge.
- Smith, Valene. (Ed.).
1989. *Hosts and guests: The Anthropology of Tourism*. Second Edition. Philadelphia, Pa: University of Pennsylvania Press.
- Smith, Valene.
1996. "The Inuit as Hosts: Heritage and Wilderness Tourism in Nunavut". En Price, Martin (Ed.), *People and Tourism in Fragile Environments*. London; Wiley: 33-50.
- Taboada-de-Zúñiga, Pilar, y Basulto, Oscar.
2012. "Destination Branding, Heritage and Authenticity. Santiago de Compostela". University of Santiago de Compostela.
- TNS Digital Life.
2011. Revisado en noviembre de 2012 en: http://worldwide.tns-global.com/groupmarketing/newsletter/spain/rdps/Dossierdeprensa_digitallife2012.pdf.
- Toledo, Ulises.
1997. "Giambatista Vico y la Hermenéutica Social". *Cuadernos de Filosofía* (15). Chile: Universidad de Concepción.
- UNESCO 2012(a). Revisado en marzo de 2012 en: http://portal.unesco.org/culture/es/ev.php-URL_ID=34324&URL_DO=DO_TOPIC&URL_SECTION=201.html.
- UNESCO 2012(b). Revisado en abril de 2012 en: <http://www.unesco.org/new/es>.
- Urry, John.
1996. "How Societies Remember the Past". En MacDonald, Sharon. y Fyfe, Gordon. (Eds), *Theorizing Museums, Representing Identity and Diversity in a Changing World*. Oxford: Blackwell: 145–167.
- Vukonic, Boris.
1996. "Marketing culture as a tourist commodity". En Robinson, Mike. *et al*. (Eds.), *Tourism and Culture: Managing Cultural Resources for the Tourist*. Great Britain: The Centre for Travel and Tourism in association with Business Education Publisher Ltd.: 289-296.
- World Tourism Organization (UNWTO).
1995. *The State's Role un Projecting and promoting Culture as a factor of tourism Development and the Proper use and Exploitation of the National Cultural heritage of Sites and Monuments for tourism*. Madrid: UNWTO.

Notes

- ¹ NTIC's: Nuevas Tecnologías de la Información y Comunicación.
- ² Los días 21 y 22 de junio de 2012 se realizó una conferencia internacional bajo el nombre "1st EJTHR International Conference Destination Branding, Heritage and Autenticity". El congreso fue promovido por la European Journal of Tourism, Hospitality and Recreation y organizado por el Centro de Estudios e Investigaciones Turísticas (CETUR) de la Universidad de Santiago de Compostela (USC) en colaboración con el Instituto Politécnico de Leiria y la Universidad de Salento. Nuestra publicación que se originó en dicho congreso fue titulada "Travel destination online image branding: Case study of the promotion, commercialisation and tourist interaction of Santiago de Compostela's museum websites" (2012). ISSN: 9788469539613.
- ³ Nota autores: el vocablo "Emocionar" se utiliza como un concepto de difusión turística que parte desde un objetivo de marketing publicitario. No se busca emocionar explícitamente a todos los visitantes de un sitio web, sino que los contenidos del sitio están contruidos y dispuestos para tratar de implicar a potenciales turistas con la visita del destino.
- ⁴ La metodología del Interaccionismo Simbólico, establece tres premisas: 1) Los seres humanos actúan hacia los objetos sobre la base del significado que los objetos tienen para ellos; 2) El significado de tales objetos deriva de la interacción social y; 3) Estos significados son manejados y modificados a través de la interpretación de cada persona tratando con los objetos que encuentra (Blumer, 1969: 2).
- ⁵ Museo del Prado (2013). Revisado en: <http://www.iet.tourspain.es/es-ES/estadisticas/otrasestadisticas/museodelprado/paginas/default.aspx>
- ⁶ Este tipo de perfil de consumidor on-line no ha sido incluido en la figura 3, porque como sus características lo indican, su nivel de actuación puede ser positivo o negativo para una determinada institución. Esto dependerá de qué clase de trato personalizado se le otorgue.
- ⁷ Figura diseñada y elaborada por los autores para analizar la información propuesta, en el estudio ya señalado.
- ⁸ Dentro del Plan de Promoción Internacional del Turismo Cultural 2010-2012, se encarga la promoción y difusión de los destinos y productos culturales españoles a través de los portales Spain.info y del Turismo Cultural. Intervienen en Instituto de Turismo de España y el Ministerio de Cultura a través de SEGITTUR. Plan de Promoción Internacional del Turismo Cultural 2010-2012. Revisado en: <http://www.minetur.gob.es/es-es/gabineteprensa/notasprensa/documents/planpromocionturismointern.pdf>
- ⁹ El fordismo turístico aparece como un modelo masificado en la segunda mitad del siglo XX, centrado rígidamente en torno a vacaciones con fuerte carga estacional y carentes de diferenciación, vinculadas en el mundo occidental al calendario escolar (Marchena, 1987).
- ¹⁰ El turismo postfordista hace referencia a vivir experiencias individualizadas según los distintos estilos de vida e intereses particulares de las personas (Ioannides, 1997).
- ¹¹ Véase clasificación grado motivación del turista, según Silberberg (1995), citada páginas 8 y 9.

Recibido: 24/05/2013
Reenviado: 28/04/2014
Aceptado: 12/05/2014
Sometido a evaluación por pares anónimos

Roteiro Caminhos de Pedra - Bento Gonçalves – Rio Grande do Sul: uma reflexão sobre o número de visitantes no período de 1997 a 2011

Rita L. Michelin* Paulo Roberto Teixeira**

Universidade Estadual de Roraima – UERR (Brasil)

Nândri Cândida Strassburger***

Universidade do Oeste do Paraná – UNIOESTE (Brasil)

Resumo: O turismo rural é um segmento do turismo que utiliza o espaço da ruralidade como principal atrativo, através das manifestações dos hábitos e costumes de uma determinada cultura. O objeto de estudo foi o Roteiro Caminhos de Pedra, localizado no interior da cidade de Bento Gonçalves, no estado do Rio Grande do Sul. No local, o visitante pode conhecer a história dos descendentes de imigrantes italianos e ter contato direto com os moradores locais. O método de investigação se deu através de pesquisa documental do histórico das visitas no roteiro. Os resultados demonstraram que o número de visitantes cresceu consideravelmente desde sua implantação, assim como o número de empreendimentos, demonstrando assim um constante crescimento do Roteiro contribuindo para sua consolidação.

Palavras-chave: Turismo; Turismo Rural; Turismo Cultural; Caminhos de Pedra – Rio Grande do Sul.

Caminhos de Pedra Attractive - Bento Gonçalves – Rio Grande do Sul: A reflection about the number of visitors in the period 1997-2011.

Abstract: Rural tourism is a segment of tourism that uses the space of rurality main attraction, through the manifestations of the habits and customs of a particular culture. The object of study was the Caminhos de Pedra Attractive, located in Bento Gonçalves city, at Rio Grande do Sul state. In This local, the visitors can learn about the history of the Italian descendants immigrants and have direct contact with the locals. The research method was through desk research of the history of visits in the local. The results showed that the number of visitors has grown considerably since its was introduced, as well as the number of enterprise, demonstrating a good example of rural tourism done contributing this way to its consolidation.

Key Words: Tourism; Rural Tourism; Cultural Tourism; Caminhos de Pedra – RS.

1. Introdução

O turismo, no Brasil, vem sendo reconhecido como um dos vetores de desenvolvimento em várias

escalas, tanto local quanto nacional. De acordo com Cavaco (2001), é por esse motivo que os programas de desenvolvimento turístico voltam-se ao espaço rural. Nesse sentido, Souza *et.al.* (2011: 219), com-

* Mestre em Turismo pela Universidade de Caxias do Sul – UCS, Bacharel em Turismo pela Pontifícia Universidade Católica - PUCRS. Docente efetiva do curso de Bacharelado em Turismo da Universidade Estadual de Roraima – UERR; E-mail: rita.michelin@gmail.com

** Mestre em Turismo pela Universidade de Caxias do Sul - UCS, Bacharel em Turismo pela Universidade de Caxias do Sul - UCS. Docente efetivo do curso de Bacharelado em Turismo da Universidade Estadual de Roraima – UERR; E-mail: paulinho.turismo@gmail.com

*** Mestre em Turismo pela Universidade de Caxias do Sul – UCS, Bacharel em Turismo e Hotelaria pela Universidade Paranaense – Unipar. Docente do curso de Hotelaria na Universidade do Oeste do Paraná; E-mail: nandricandida@gmail.com

plementa ao dizer que “o desenvolvimento rural envolve a descoberta, mobilização e valorização dos recursos locais, sendo que o turismo normalmente é apresentado como uma das atividades capazes de organizar e desenvolver as potencialidades”, sendo assim, tem-se o turismo no meio rural como uma alternativa a contribuir para o desenvolvimento como atividade complementar objetivando a valorização do patrimônio natural e cultural.

Considerando que o turismo possui diversos segmentos que estão relacionados as motivações que levam o turista ao deslocamento, tem-se a ligação entre algumas motivações, como, por exemplo, o turismo rural e o cultural, pelo fato de que a cultura está intrinsecamente ligada a vida no campo e as características de determinado grupo social. Nesse sentido, Azevedo (2002: 152) define o turismo cultural como aquele em que:

“[...] a motivação central corresponde à busca do conhecimento, busca essa que envolve satisfação da curiosidade, inclusive em relação ao patrimônio humano. Outra característica marcante distinta do turismo cultural é que sua oferta se pode dar independentemente de estações e de configurações de território, podendo ocorrer no litoral ou interior, em zona urbana ou rural, em região plana ou acidentada”.

Entendendo cultura como o “conjunto de comportamentos, saberes e saber-fazer característicos de um grupo humano ou de uma sociedade [...]” (Laplantine, 1999: 120), o turismo cultural objetiva o contato entre diferentes grupos humanos no qual a motivação principal é justamente esse contato, a relação entre visitantes e visitados e suas diferenças culturais, seus saberes e fazeres.

No turismo rural não é diferente, pois a curiosidade pela vida no campo, pela cultura do homem do campo é um dos fatores motivacionais desse segmento, de acordo com Solla (2002: 117), “[...] o turismo rural está mais interessado nos aspectos do patrimônio, que pode abranger não só a própria natureza, mas também a cultura popular, a arquitetura, a gastronomia ou os modos de vida”, ou seja, o patrimônio tanto material quanto imaterial tornam-se cada vez mais relevantes no desenvolvimento do turismo rural, dando maior ênfase as relações entre os recursos naturais e culturais. De acordo com Zimmerman (1973), o turismo rural caracteriza-se por se contrapor ao turismo de massa, pois tem como premissa utilizar de maneira adequada os recursos naturais, além de respeitar a cultura local, a fim de resgatar hábitos e costumes.

Nesse sentido, Machado (2005: 37) enfatiza que esse segmento contribui para manter o homem no

campo a partir da valorização do patrimônio, natural e cultural, bem como da conservação cultural por meio de costumes e tradições, resultando na agregação do turismo à atividade rural. Complementando, Souza *et. al.* (2011: 220) apresenta que

“o turismo rural também vem sendo apontado como um instrumento capaz de contribuir para o aumento da auto-estima dessas famílias, justamente por estas obterem através do turismo, uma maior inserção social, intercâmbio cultural e valorização das atividades e do saber rural”.

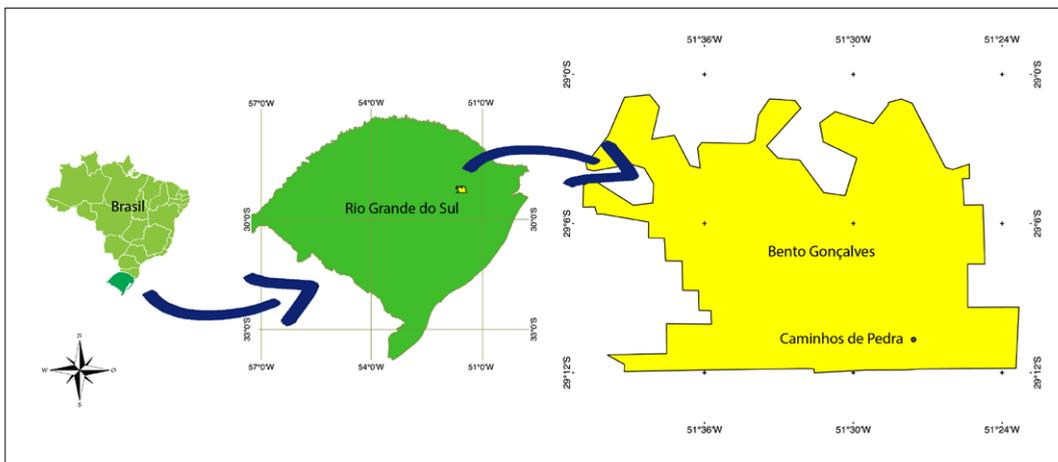
Dessa forma, é possível perceber a relação intrínseca entre as questões culturais e rurais, sendo o turismo uma alternativa para contribuir na valorização cultural das comunidades do espaço rural. Entretanto, vale lembrar que o turismo no meio rural não é a solução para todos os problemas do campo, e sim uma alternativa a contribuir para algumas mudanças.

Observando a importância da cultura no turismo rural, Adir Rodrigues (2001: 112) expõe que o turismo rural tradicional pode apresentar a modalidade “de colonização européia: sua origem está relacionada a história da imigração européia no Brasil, principalmente nas regiões sul e sudeste”, considerando essa classificação de cunho histórico percebe-se ainda mais a relação existente entre o turismo rural e a cultura. Dessa forma, podem-se desenvolver ambos os segmentos do turismo de forma conjunta, agregando valor a cultura de determinados grupos sociais do meio rural.

Um exemplo de desenvolvimento do turismo rural em conjunto com a cultura local é o Roteiro Caminhos de Pedra que será apresentado no presente trabalho.

2. Roteiro Caminhos de Pedra

Localizado no distrito de São Pedro, interior do município de Bento Gonçalves, na Serra Gaúcha, está o Roteiro Caminhos de Pedra (Fig. 1), distante cerca de 13km do centro da cidade. Esse foi criado a partir de um levantamento arquitetônico realizado no município e foi idealizado na década de 1990 através do Projeto Cultural Caminhos de Pedra, com o objetivo preservar o patrimônio das casas de pedra, bem como contribuir para o resgate dos costumes, sendo o turismo uma alternativa para manter o patrimônio cultural material e reconstruir a herança cultural dos moradores locais (Michelin, 2008). Segundo a Associação dos Caminhos de Pedra¹, anteriormente ao Projeto Cultural o acervo cultural do Distrito de São Pedro necessitava de uma rápida ação para que não se perdesse, consi-

Fig. 1: Mapa de localização dos Caminhos de Pedra.

Fonte: Elaborado pelos autores.

derando que partes desse acervo encontravam-se parcialmente abandonadas e muitas já haviam sido demolidas. Após o projeto quatro casas foram restauradas e no ano de 1992, especificamente no dia 30 de Maio, essas quatro primeiras casas integrantes do roteiro - Casa Merlo, Casa Bertarello, Ferrara Ferri e Cantina Strapazon- receberam o primeiro grupo de visitantes, dando início ao Roteiro Caminhos de Pedra que, no ano de 2012, completou 20 anos de atividades.

No ano de 1997 é fundada a Associação Caminhos de Pedra, a partir da criação dessa é que inicia o trabalho de análise e controle de visitantes objetivando dados estatísticos acerca das visitas no Roteiro. Vale ressaltar que no ano de 1998 o Projeto Cultural Caminhos de Pedra passou a contar com a Lei de Incentivo à Cultura do Estado do Rio Grande do Sul (Lei 10.846/96), passando a captar recursos de empresas locais. Nos anos de 2002 e 2006 foram realizados os seminários de planejamento do Roteiro, com enfoque participativo, nos quais participaram a diretoria da Associação, associados e colaboradores (Michelin, 2008).

Por ser considerado um dos roteiros pioneiros no segmento de turismo rural e cultural, os Caminhos de Pedra se tornaram referência e modelo para diversos outros roteiros do Estado e do Brasil. Esse roteiro apresenta como principal atrativo a cultura italiana dos descendentes de imigrantes italianos vindos para o Rio Grande do Sul, bem como a vida no meio rural e os costumes e tradições dessa cultura. Segundo Strassburger (2008: 08) “os turistas buscam algo diferenciado, não querem encontrar no Roteiro Caminhos de Pedra o que eles encontrariam em qualquer cidade, eles buscam

o diferente, o simples, o bucólico”, enfatizando a motivação através do turismo cultural e rural, na busca pelo conhecimento da cultura.

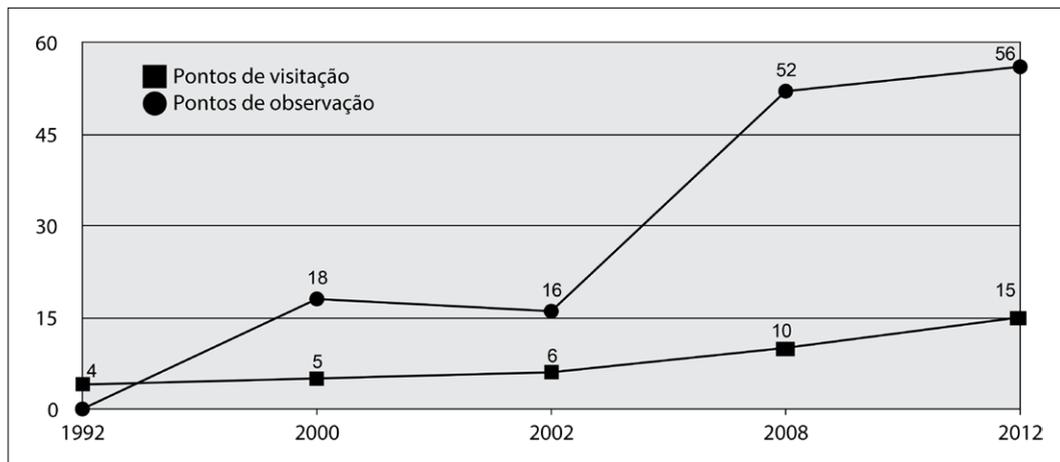
O roteiro é considerado pioneiro em turismo rural e cultural, pois

“[...] despertou novas possibilidades de aproveitamento do patrimônio histórico – arquitetônico, valorizando a cultura regional expressada pela culinária, pelo linguajar (o dialeto vêneto, conhecido como talian), estilo de vida, pelos usos e costumes, típicos dessa região, formada principalmente por imigrantes italianos e seus descendentes” (Fávero, 2006: 75).

O reconhecimento do patrimônio presente no Roteiro ganhou destaque no ano de 2009 através da Lei Estadual 13.177/09, a qual declara o Roteiro Caminhos de Pedra integrante do patrimônio histórico e cultural do Estado do Rio Grande do Sul. Esse reconhecimento do roteiro como patrimônio histórico e cultural do Estado demonstra o valor do patrimônio tanto material, quanto imaterial presentes no local e contribui para o maior reconhecimento da importância histórica e cultural do Roteiro, pois demonstra a necessidade de se conservar e se manter o constante resgate da cultura dos descendentes de imigrantes italianos da zona rural de Bento Gonçalves.

De acordo com Michelin (2008: 98-99), os próprios moradores do roteiro passaram a valorizar e buscar o seu resgate cultural a partir do desenvolvimento do turismo na comunidade, ou seja, o reconhecimento e a valorização da cultura local

Fig. 2: Comparativo entre os pontos de visitação e pontos de observa o do Roteiro Caminhos de Pedra.



Fonte: Adaptado de Associa o Caminhos de Pedra, Fávero (2002); Luchese (2002) e Michelin (2008).

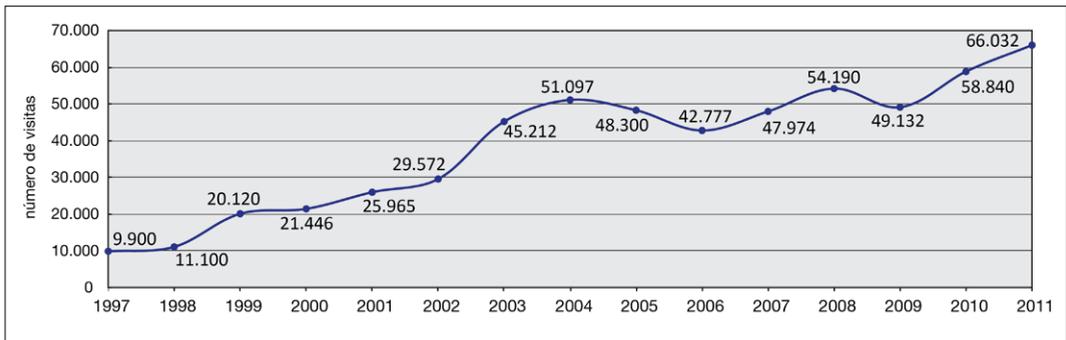
pelos turistas contribuíram para que os moradores também tivessem tal atitude. Em sua pesquisa, a autora apresenta que, quando entrevistados, muitos moradores do local afirmaram que tinham vergonha da sua cultura, do seu sotaque e das suas casas, e, somente após o início das visitas quando os turistas que chegavam no roteiro diziam o quanto as casas eram bonitas, o quanto elogiavam o sotaque e queriam saber mais sobre a cultura deles, é que os próprios moradores começaram a valorizar e a buscar o resgate da sua cultura. Sendo assim, acredita-se que o reconhecimento através da Lei acima citada, foi mais um fator que contribuiu para a maior valoriza o cultural tanto pelos moradores locais, quanto pelo poder público e pelos turistas.

Atualmente o Roteiro Caminhos de Pedra, com 12km de extensão, conta com algumas constru es centenárias e outras mais recentes, onde a união dessas, juntamente com a cultura dos residentes, demonstra uma parte da história dos imigrantes italianos chegados ao Sul do Brasil. No roteiro, o turista pode visitar 15 casas, onde terá contato direto com os moradores do local, podendo, assim, conhecer tanto o patrim nio material através das constru es e objetos, quanto o patrim nio imaterial através das trocas com os moradores. Dentre os pontos de visita o estão vinícolas, artesanato, casa de massas, restaurantes, entre outros. Quanto a hospedagem, os turistas necessitam retornar a cidade de Bento Gonçalves para pernoitar, no entanto, desde o ano de 2011 o roteiro conta com o seu primeiro meio de hospedagem em funcionamento, permitindo que o visitante possa ter uma experiência mais completa no local.

3. O Roteiro em Números

Atualmente o roteiro   composto por 15 pontos de visita o, que são casas nas quais o visitante   recepcionado a maioria das vezes pelo próprio morador ou então por funcionários. Nessa visita, o turista pode conhecer o processo de fabrica o de produtos coloniais, bem como ter um contato direto com os moradores da comunidade local e sua cultura. Além dos pontos de visita o, o roteiro conta com 56 pontos de observa o, que são casas que fazem parte de um levantamento de patrim nio arquitetônico, que, no entanto, não abrem suas portas   visita o. Em alguns casos, essas, também já fizeram parte do Roteiro como pontos para visita o, mas, atualmente não mais.

Percebe-se que ao longo dos 20 anos de existência o Roteiro Caminhos de Pedra passou por várias modifica es, pode-se observar essas analisando o início das visitas no roteiro, quando era formado por apenas 04 pontos de visita o: Ferrari Ferri, Casa Merlo, Casa Bertarello e Cantina Strapazzon, atualmente os 02 primeiros tornaram-se pontos de observa o e as outras duas casas ainda recebem visitantes. De acordo com pesquisas realizadas,   possível apresentar a mudança no número de pontos de visita o e observa o (Fig. 2). No ano de 2000, faziam parte do roteiro 23 pontos, desses 05 de visita o e 18 de observa o (Fávero, 2002: 225), já em 2002, Luchese (2002: 178-184) apresenta que o Roteiro passa a ser composto por 6 pontos de visita o e 16 de observa o. Em 2008 o roteiro passa a contar com 10 pontos de visita o e 52 pontos de observa o (Michelin, 2008: 45).

Fig. 3: Número de visitantes no Roteiro Caminhos de Pedra entre o ano de 1997 e 2011.

Fonte: Adaptado de Associação Caminhos de Pedra.

Além disso, a Associação Caminhos de Pedra informa, no seu site, que apenas no ano de 2012 mais 03 casas estarão abrindo suas portas para receber os turistas. Através desses dados é possível observar o crescente aumento no número dos locais a serem tanto visitados como observados pelos turistas. Dessa forma, percebe-se a consolidação de alguns pontos de visitação, tendo em vista que 02 dos atuais 15 estão em funcionamento à 20 anos. No sentido oposto, existem aqueles que não conseguem se fixar definitivamente ao roteiro, por razões diversas, resultando no fechamento do empreendimento para visitas e mudança nos números do Roteiro.

Tendo conhecimento que no desenvolvimento do turismo a consolidação dos roteiros é a longo prazo, através dos dados estatísticos cedidos pela Associação Caminhos de Pedra, objetiva-se fazer uma reflexão acerca do número de visitantes anuais no roteiro. A Associação Caminhos de Pedra realiza um levantamento mensal do número de visitantes em todos os pontos de visitação do Roteiro, dados esses, que foram sendo coletados a partir de 1997, ano de criação da associação (Fig. 3).

Acredita-se que um dos fatores que contribui para esse constante crescimento no número de visitas é o fato de que o Roteiro passou por modificações ao longo dos anos, que está diretamente relacionado ao aumento do número de pontos de visitação e observação. A oferta de novos “produtos” para o visitante conhecer no Roteiro é mais um atrativo para que aquele turista que já visitou os Caminhos de Pedra o faça novamente, pois existe um novo ponto de visitação que não havia quando da sua primeira visita.

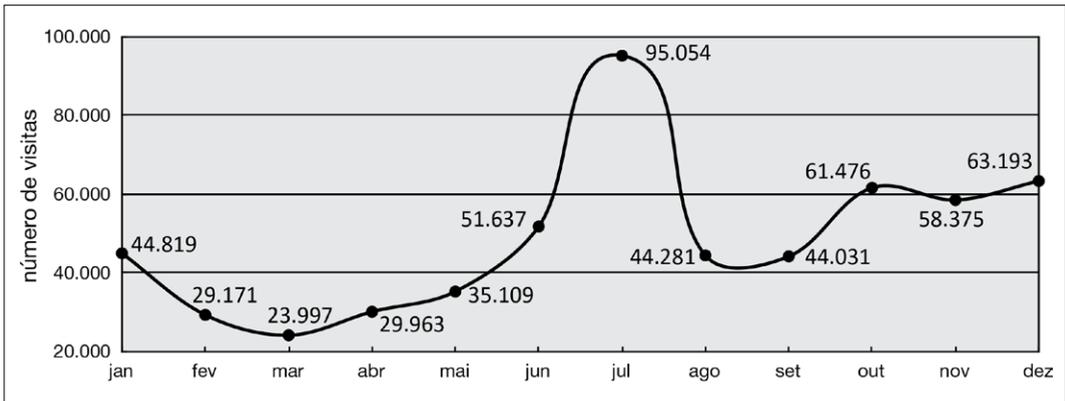
Pode-se observar claramente o crescimento do número de visitantes ano após ano. Na análise, em apenas três anos foi registrada uma baixa no número de visitantes, em 2005 com 48.300

visitantes, em 2006, 42.777 e em 2009, 49.132 turistas. Entretanto, faz-se necessário ressaltar que o turismo é uma área que sobre influências de diversos fatores, e analisando os fatores exógenos que ocorreram nesses anos, alguns desses se destacam, por exemplo, em 2006 o Brasil sofreu com uma crise no setor aéreo, levando ao caos esse setor, como os Caminhos de Pedra recebem muitos turistas vindos de outras partes do país, esse fator pode ter contribuído para a redução de aproximadamente 5 mil visitantes se comparado ao ano anterior (2005).

Analisando o ano de 2009, quando o mundo sofreu com a pandemia de gripe, conhecida como gripe A, uma doença infectocontagiosa causada pelo vírus H1N1, que se espalhou rapidamente por todo o globo. Devido ao alto risco de contágio e mortes sendo registradas por causa do vírus, houve uma redução drástica nos deslocamentos em função de turismo, sendo percebida essa redução também no número de visitantes do Roteiro Caminhos de Pedra que no ano de 2008 recebeu cerca de 54 mil visitantes, tendo em 2009 esse número reduzido para 49.132 turistas.

Vale lembrar que não se pode afirmar que fatores como o caos aéreo e a gripe A foram os únicos responsáveis diretos para a redução do número de visitantes no Roteiro Caminhos de Pedra nos anos de 2006 e 2009, respectivamente. No entanto, é preciso considerar que o turismo é sensível a uma série de fatores que contribuem para a sua realização, como, por exemplo, clima, economia, férias, dentre outros.

Outra questão, claramente perceptível, refere-se a sazonalidade, ou seja, o desequilíbrio nos períodos de visitação, meses de alta e meses de baixa visitação. De acordo com Butler (2000, *apud* Lohmann e Netto, 2008: 429), dentre as variáveis que podem explicar a sazonalidade tem-se o clima e os fatores

Fig. 4: Somatório do número de visitantes mensais no período de 1997 a 2011.

Fonte: Adaptado de Associação Caminhos de Pedra.

de decisão humana, como, por exemplo, as férias escolares. Com relação ao número de visitantes, é possível perceber que o mês de Julho concentra o período de maior visitação (Fig. 4), esse fato pode ser relacionado com as variáveis apresentadas por Butler referentes a sazonalidade.

O mês de julho representa o período de férias escolares de inverno, assim como a relação com o clima, pois o Roteiro está localizado na Serra Gaúcha, que tem como característica ser uma das regiões mais frias do Brasil, fazendo com que o clima frio seja um dos grandes atrativos levando milhares de turistas aos municípios integrantes da Região Serra Gaúcha no período de inverno.

Em contraponto, o mês de março apresenta-se como o de menor visitação aos Caminhos de Pedra, novamente podemos considerar as variáveis de Butler para explicar tal baixa, tendo em vista que em Março é o período de início de ano letivo, bem como época de altas temperaturas do verão. Através da análise dos dados levantados pela Associação Caminhos de Pedra, no período de 1997 até 2011 somente no mês de Julho 95.054 turistas visitaram o roteiro, enquanto que no mês de Março, do mesmo período, ocorreram apenas 23.997 visitas. Com relação ao número de visitantes anuais no Roteiro (Fig. 3), a análise dos últimos dois anos, apresenta números de visitação nunca antes registrados no Roteiro, chegando a 65.481 visitantes em 2011. Com isso verifica-se a relação entre o número de pontos de observação/visitação com o aumento no número de visitantes. Por exemplo, no ano 2000, quando o Roteiro era composto por 23 pontos o número de visitantes foi de 21.446, já em 2008, com o aumento para 62 pontos houve um aumento de 32.744 turistas em relação ao ano 2000, ou seja, em 08 anos as visitas ao roteiro aumentaram

em mais de 100%. Atualmente, contando com 71 pontos o roteiro foi visitado por mais de 65mil turistas no ano de 2011, um aumento de mais de 39 mil visitantes nos últimos 10 anos.

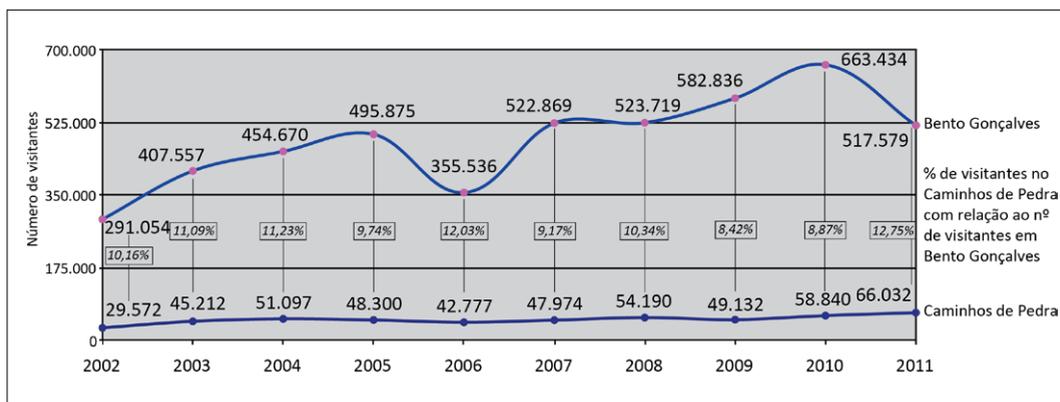
Vale ressaltar que o Roteiro está localizado no município de Bento Gonçalves, um dos 65 destinos indutores do Brasil, e o município conta, atualmente com cinco roteiros, desses somente um na área urbana da cidade, os demais estão localizados em distritos do município. Dessa forma, o turista que visita Bento Gonçalves tem a oportunidade de visitar mais de um roteiro.

No comparativo entre o número de visitantes do município de Bento Gonçalves e o Roteiro Caminhos de Pedra no período de 2002 à 2011, é possível verificar o percentual de visitantes nos Caminhos de Pedra com relação ao número de visitantes no município de Bento Gonçalves (Fig. 5).

Realizando uma reflexão acerca desses dados, observa-se o reduzido percentual do número de turistas que vão a Bento Gonçalves e visitam o Roteiro Caminhos de Pedra. No entanto, vale ressaltar que, conforme apresentado anteriormente, o município conta com mais quadro roteiros turísticos, dentre esses, inclui roteiros expressivos de enoturismo reconhecidos nacional e internacionalmente. Além disso, o município sedia importantes eventos nacionais e internacionais, o que eleva o número de visitantes no destino. Considerando a grande opção de roteiros, acredita-se que muitos turistas acabam não visitando todos os roteiros do destino, devido a questões de tempo, por exemplo, pois a maioria desses demanda de pelo menos um dia de visitação.

Os números de visitação tanto no município quanto especificamente no roteiro seguem o mesmo padrão de aumento e redução, sendo perceptível

Fig. 5: Comparativo entre o número de visitantes na cidade de Bento Gonçalves e os que visitaram o Roteiro Caminhos de Pedra, entre os anos de 2002 e 2011.



Fonte: Adaptado de Secretaria Municipal de Turismo de Bento Gonçalves e Associação Caminhos de Pedra.

uma disparidade apenas nos anos de 2005, 2009 e 2011. Nos dois primeiros o município teve aumento no número de visitantes e o roteiro redução, já no ano de 2011 ocorreu o oposto. Entretanto, na média geral ambos mantêm o mesmo padrão de visitas.

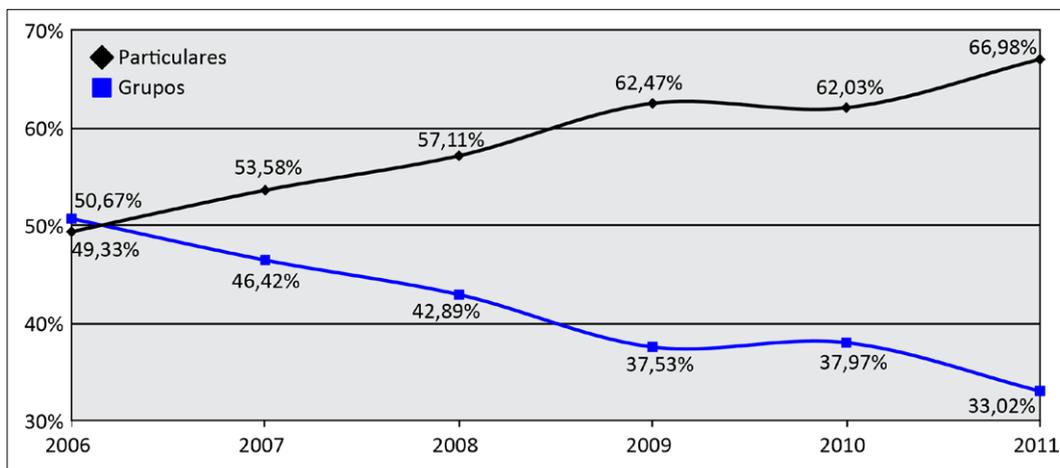
Com relação ao perfil dos visitantes do roteiro, os dados da Associação Caminhos de Pedra demonstram que a partir do ano de 2007 os visitantes particulares passaram a representar o maior percentual de visitas ao local (Fig. 6).

Até o ano de 2006 o maior número de visitas ocorria por grupos. A percepção dos moradores do Roteiro quanto aos visitantes foi abordada por um entrevistado, segundo Michelin (2008:

87) “conforme o exposto pelo entrevistado B a diferença entre os turistas particulares e os excursionistas é que os primeiros vão em busca do que querem e os segundos fazem o roteiro de forma direcionada pelo guia”, além disso, os moradores afirmaram ter um maior contato com o visitante particular, pois esse, geralmente, dispõe de mais tempo e interesse na visita do que o turista de grupo.

Tendo como objetivo fazer uma reflexão do número de visitantes do Roteiro Caminhos de Pedra, é importante considerar, que não apenas o aumento dos pontos de visita e observação são responsáveis por esse grande aumento no número de visitas,

Fig. 6: Comparativo entre os perfis de público que visita o Roteiro Caminhos de Pedra.



Fonte: Adaptado de Associação Caminhos de Pedra.

existem diversos fatores que também contribuem para isso, como a divulgação, seja na mídia ou através dos grupos culturais (dança italiana, flauta doce, etc.) das comunidades integrantes dos Caminhos de Pedra. Além disso, conforme observado na figura 5, também o município de Bento Gonçalves conta com um aumento significativo, ano após ano, nas visitas, o que reflete também no aumento do número de turistas nos Caminhos de Pedra.

O Roteiro, nesse sentido, pode ser considerado um atrativo consolidado, pois não se trata de um novo produto a ser lançado no mercado, mas sim pode-se dizer que nesses 20 anos de trajetória, ele vem, cada vez mais, se consolidando e se tornando conhecido como um roteiro pioneiro no Brasil em se tratando dos segmentos de turismo rural e cultural. Recentemente, o reconhecimento do Roteiro como patrimônio histórico e cultural do Estado do Rio Grande do Sul, pode ser considerado como mais um fator que contribui para a valorização da cultura presente no local.

São diversos os fatos que contribuem para a consolidação do desenvolvimento de um roteiro turístico e poucos são aqueles que conseguem se manter em constante crescimento durante 20 anos, como é o caso do Roteiro Caminhos de Pedra. Por esse motivo, vale frisar a importância da Associação Caminhos de Pedra e sua contribuição para o planejamento e desenvolvimento de ações tanto para promoção, quanto para a melhor estruturação do Roteiro, valorizando os seus patrimônios e os atores.

Considerando que “o desenvolvimento pode ser compreendido como um processo capaz de gerar bem social no seu sentido mais amplo, passando a considerar também como ganho a conservação ambiental e do patrimônio histórico-cultural peculiar a cada sociedade” (Ashton e Fagundes, 2011: 231), pode-se dizer que o desenvolvimento que vem sendo gerado através do turismo que ocorre no Roteiro Caminhos de Pedra vem beneficiando a população local, tanto como atividade alternativa, quanto como influência para a valorização da cultura.

Através dos 20 anos de desenvolvimento do Roteiro muitas pesquisas (Fávero, 2000; Michelin, 2008; Strassburger, 2008; Souza *et al.*, 2011) revelam a importância que a atividade turística representou para o desenvolvimento da comunidade e a representatividade frente a valorização e a reconstrução da cultura local. Além disso, o turismo representa uma alternativa à atividade do campo, gerando renda e contribuindo para que muitos jovens não deixem o espaço rural em busca de empregos na zona urbana. Sendo assim, por meio da atividade turística que cresce ano após ano, conforme apresentados pelos dados estatísticos, os segmentos do turismo rural e cultural

desenvolvidos através do Roteiro Caminhos de Pedra contribuem consideravelmente como fonte de renda extra para as famílias participantes do Roteiro e principalmente para o reconhecimento e a valorização do patrimônio cultural, tanto material quanto imaterial, presentes nas comunidades integrantes do Roteiro.

4. Considerações finais

Pode-se dizer que mesmo completando 20 anos de história o Roteiro Caminhos de Pedra ainda tem um longo caminho pela frente, pois se for analisado o ciclo de vida das destinações turísticas, apresentado por Butler (1980, *apud* Lohmann e Netto, 2008: 358), a tendência é que após a consolidação venha a fase da estagnação. Considerando que o Roteiro vem apresentando-se como um produto consolidado, deve-se trabalhar para que esse continue se fortalecendo e crescendo constantemente, como pode-se observar que vem acontecendo, e assim evitando a sua estagnação.

Além disso, um dos fatores que ainda precisa ser trabalhado com planejamento e visão de futuro é a sazonalidade, pois a grande discrepância existente entre o número de visitantes nos meses de Março e Julho devem ser consideradas e buscar-se alternativas para modificar os impactos que esses períodos de alta e baixa temporada causam aos moradores locais que contam com o turismo como uma atividade complementar para sua subsistência. Algumas ações vem sendo desenvolvidas pelo município, como por exemplo, o “Bento em Vindima” que ocorre no período de Janeiro à Março celebrando a colheita da uva, que visa aumentar o número de visitantes no período de baixa temporada.

Entretanto, é importante frisar o reconhecimento e o desenvolvimento do Roteiro em estudo considerando o constante aumento no número de turistas que o visitam anualmente, conforme os dados apresentados em 15 anos apenas três anos tiveram uma pequena queda no número de visitas, mas que nos anos seguintes foram superadas. Quanto a mudança no perfil de visitantes ocorrida nos últimos cinco anos, apresentando um maior percentual de visitantes particulares do que grupos, destaca-se como positiva, tendo em vista que o visitante particular tem mais tempo para a visita e maior interesse na cultura local, contribuindo para as trocas culturais e à valorização do patrimônio cultural local.

Além do número de visitantes e o perfil desses, também o fato de ser reconhecido como patrimônio histórico cultural do Estado do Rio Grande do Sul representa mais um passo no caminho do desen-

volvimento responsável dos Caminhos de Pedra. Assim, atingindo os objetivos propostos quando da formatação do projeto, que previa a preservação do patrimônio das casas de pedra e o resgate dos costumes (Michelin, 2008), havendo através do turismo uma maior valorização da cultura local e a contribuição do turismo como alternativa às atividades do campo, dessa forma, contribuindo fortemente para o desenvolvimento rural e suas potencialidades (Souza *et al.*, 2011).

Vale destacar que o desenvolvimento e a consolidação de destinos e atrativos turísticos ocorre a longo prazo, dessa forma, temos no Roteiro Caminhos de Pedra um exemplo positivo de que uma comunidade organizada, um planejamento associativo e persistência são fundamentais para se manter no mercado turístico e alcançar a consolidação nesse meio.

Bibliografia

- Ashton, Mary e Fagundes, Camila.
2011 “O Desenvolvimento do Turismo: a Rota Colonial Baumschneis em Dois Irmãos/RS”. In: *Rosa dos Ventos*. Vol.3 N°2.
Azevedo, Julia.
2002 “Turismo Cultural – traços distintivos e contribuição para o desenvolvimento endógeno”. In: Irving, Marta de Azevedo; Azevedo, Julia. *Turismo: O desafio da sustentabilidade*. São Paulo: Futura.
Cavaco, Carminda.
2001 “Turismo rural: olhares do além mar”. In: Rodrigues, Adyr (org). *Turismo Rural: práticas e perspectivas*. São Paulo: Contexto.
Fávero, Ivane M.
2006 *Políticas de turismo: planejamento na Região Uva e Vinho*. Caxias do Sul: Educus.
Fávero, Ivane M..
2002 “O Turismo nos Caminhos de Pedra”. In: Brambatti, Luiz (org.) *Roteiros de Turismo e Patrimônio Histórico*. Porto Alegre: EST Edições.
Laplantine, François.
1999 *Aprender Antropologia*. Traduzido por: Marie-Agnès Chauvel. 13.ed. São Paulo: Brasiliense.
Lohmann, Guilherme e Netto, Alexandre P.
2008 *Teoria do Turismo: conceitos, modelos e sistemas*. São Paulo: Aleph.
Luchese, Terciane.
2002 “Os Roteiros Turísticos de Bento Gonçalves”. In: Brambatti, Luiz (org.) *Roteiros de Turismo e Patrimônio Histórico*. Porto Alegre: EST Edições.
Machado, Álvaro.
2005 *Ecoturismo: um produto viável - a experiência do Rio Grande do Sul*. Rio de Janeiro: SENAC Nacional.
- Michelin, Rita L..
2008 *A Reconstrução da Etnicidade na Arena Turística: o Caso do Roteiro de Turismo Rural Cultural Caminhos de Pedra - Bento Gonçalves - RS*. Dissertação (Mestrado em Turismo). Universidade de Caxias do Sul. Caxias do Sul.
Rodrigues, Adir B.
2001 *Turismo rural: práticas e perspectivas*. São Paulo: contexto.
Solla, Xosé M. Santos.
2002 “Turismo rural: tendências e perspectivas”. In: Irving, Marta de Azevedo; Azevedo, Julia. *Turismo: O desafio da sustentabilidade*. São Paulo: Futura.
Souza, Marcelino et. al..
2011 “Os Benefícios do Turismo Rural: Caminhos de Pedra, Bento Gonçalves”. In: *Rosa dos Ventos*. UCS, Vol. 3 N°2
Strassburger, Nândri C..
2008 “A cidade além da cidade: a ruralidade do Roteiro Caminhos de Pedra”. In: V ANPTUR. Turismo e Hospitalidade em Destinos Urbanos. *Anais do V Seminário da ANPTUR/Associação Nacional de Pesquisa e Pós-Graduação em Turismo*. Belo Horizonte: Aleph.
Zimmermann, Adonis.
1973 *Historia de Caxias do Sul*. Caxias do Sul: ed. Paulinas.

Notes

- ¹ Informações disponíveis no site da Associação dos Caminhos de Pedra. Disponível em www.caminhosdepedra.org.br

Recibido: 08/04/2013
Reenviado: 12/04/2014
Aceptado: 05/05/2014
Sometime a evaluación por pares anónimos



Margarita Barretto (coord.)

**Turismo, reflexividad y
procesos de hibridación
cultural en América del
Sur austral**

Colección PASOS edita, nº 4

www.pasosonline.org

Sistemas de conocimiento Mayas y turismo Premium en la Península de Yucatán

Antonio Benavides Rosales*

Universidad Nacional Autónoma de México (México)

Resumen: El artículo introduce al lector en el estudio de los sistemas de conocimiento desarrollados por las culturas mesoamericanas, -particularmente la maya-, su trascendencia histórica y su importancia en la realidad actual en la Península de Yucatán, México. Mediante la conjunción de investigaciones arqueológicas, etnográficas y ecológicas se analizan diversas actividades realizadas por los herederos de este conocimiento, como la recolección de sal, el aprovechamiento forestal o la celebración de ceremonias religiosas mayas en la región del sitio arqueológico de Xcambó, en la costa del Estado de Yucatán. También se exponen los daños patrimoniales causados por el auge actual de la industria turística en la península, mediante el análisis del impacto que el desarrollo turístico residencial Flamingo Lakes Golf and Country Club Resort tiene en el patrimonio cultural y natural de las comunidades costeras cercanas a Xcambó.

Palabras Clave: sistemas de conocimiento, turismo, patrimonio, arqueología, ecología.

Mayan knowledge systems and Premium Tourism in the Yucatan Peninsula

Abstract: This article introduces the reader in the study of knowledge systems developed by Mesoamerican cultures –particularly by the Mayan culture-, in their historical transcendence and their importance in actual Mexico’s Yucatán Peninsula reality. Archaeological, ethnographical and ecological research are taken as a whole to analyze diverse activities performed by the heirs of this knowledge, such as salt gathering, forest use or Mayan religious ceremonies in the region of the archaeological site of Xcambó, in Yucatán State’s coast. The article also states heritage damages caused by the actual rise of tourism industry in Yucatán Peninsula, through the analysis of the impact that the touristic and residential development Flamingo Lakes Golf and Country Club Resort has in cultural and natural heritage of coastal communities nearby Xcambó.

Key Words: knowledge systems, tourism, heritage, archaeology, ecology.

1. Introducción

Este trabajo trata sobre los resultados obtenidos en la investigación de tesis de Maestría en Ecología Humana titulada “El Impacto de Flamingo Lakes en el Patrimonio Cultural y Natural de la Región de Xcambó, Yucatán” realizada por el autor en el Centro de Investigación y Estudios Avanzados del Instituto Politécnico Nacional (Cinvestav-IPN). Xcambó es un antiguo puerto de comercio, centro salinero maya y actual Santuario de la Virgen de

Xcambó localizado en la costa norte de la Península de Yucatán, a 50 km de la ciudad de Mérida. En el año 2007 se inició la construcción del desarrollo turístico residencial Flamingo Lakes Golf and Country club Resort junto a este sitio arqueológico. Los promotores del proyecto lo presentaron como el más grande en la historia de la inversión en infraestructura hotelera en el Estado de Yucatán, pues se planeaba invertir mil millones de dólares en 10 años, en un complejo urbano con campos de golf y lagos artificiales que modificaría 882

* Arqueólogo, Universidad Autónoma de Yucatán. Maestro en Ciencias en la especialidad de Ecología Humana, Centro de Investigación y de Estudios Avanzados del Instituto Politécnico Nacional (Cinvestav-IPN). Estudiante de Doctorado en Estudios Mesoamericanos en la Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM); E-mail: benavidesantonio35@yahoo.com

hectáreas de selva tropical y sabana de la región¹. El gobierno del estado planteó que sería un gran beneficio para la población local porque ofrecería empleo y promovería el desarrollo regional de la industria turística².

La investigación de Maestría tuvo como objetivo analizar el impacto que el Flamingo Lakes tendrá sobre el patrimonio cultural y natural de la región costera de Xcambó, desde la perspectiva de los actores locales, entendiendo el patrimonio cultural como el conjunto de recursos, materiales e inmateriales, que las sociedades utilizan para reproducirse y sobrevivir a lo largo del tiempo. Para realizar dicha investigación se recopiló información especializada sobre las exploraciones arqueológicas realizadas en las costas de la Península de Yucatán, así como sobre las características medioambientales de la región, contenidas en el Programa de Ordenamiento del Territorio Costero del Estado de Yucatán (POETCY) realizado por diversas instituciones académicas (Euán *et. al.*, 2008) y en las Manifestaciones de Impacto Ambiental presentadas por la compañía desarrolladora del proyecto a la Secretaría de Medio Ambiente y Recursos Naturales (Semarnat). Para conocer la perspectiva de los habitantes de las comunidades locales se realizó trabajo de campo etnográfico en las comunidades de Dzemul y Telchac Puerto, que son las que se verán directamente afectadas por el establecimiento de Flamingo Lakes en la región. El trabajo etnográfico se encaminó a conocer la perspectiva de los grupos sociales que han tenido contacto con los recursos naturales de la región de Xcambó y con la forma en que socialmente se ha dado este aprovechamiento, por lo que se entrevistó a miembros de cooperativas y gremios locales, así como a ejidatarios y pescadores. Se realizaron recorridos de campo en los sitios arqueológicos de la región y en los ecosistemas costeros. También se hicieron entrevistas a investigadores del Centro Yucatán del Instituto Nacional de Antropología e Historia (Centro INAH Yucatán), así como a investigadores del Cinvestav-IPN y a funcionarios de la Secretaría de Medio Ambiente del Gobierno del Estado de Yucatán.

El objetivo de este artículo es dar conocer parte de los resultados obtenidos en la investigación de Maestría, en particular el hallazgo de la continuidad en los sistemas de conocimiento que se emplean en la región de Xcambó para aprovechar los ecosistemas costeros. Así mismo este trabajo tiene la intención de concientizar sobre los impactos y las consecuencias de la falta de una planeación adecuada en la realización de obras de infraestructura y urbanización en las costas de la Península de Yucatán.

2. Antecedentes

La investigación antropológica que se ha realizado en México muestra la enorme herencia cultural que existe en el país. Una de las formas en la que se manifiesta esta herencia es a través del estudio de las numerosas zonas arqueológicas que existen en el territorio nacional y de las actividades que realizan los pobladores actuales de las regiones donde se encuentran estos monumentos. Cuando combinamos la investigación arqueológica con la investigación etnográfica podemos acercarnos a los complejos sistemas de conocimiento creados por los pueblos originarios de Mesoamérica.

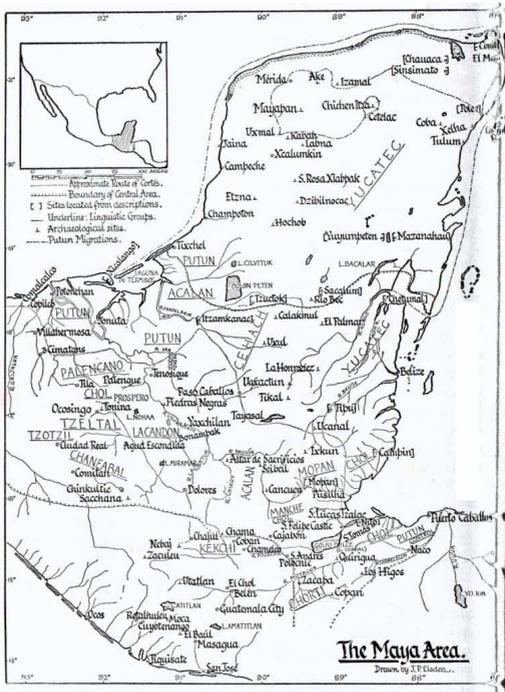
Debido a la diversidad geográfica, climática y cultural presente en el México antiguo sus habitantes generaron, a lo largo de su historia, conocimientos, prácticas y sistemas de pensamiento que permitieron el florecimiento de las culturas que componen la civilización Mesoamericana (Bonfil, 1987). Actualmente en este vasto territorio encontramos conocimientos tradicionales ligados a prácticas ancestrales a los que en este artículo nos referiremos en conjunto como sistemas de conocimiento. Estos sistemas de conocimiento tienen su origen hace más de 30,000 años, cuando se inició el poblamiento del continente y son el resultado de la continua interacción de sus habitantes en diversas regiones y ecosistemas.

Muchos de estos sistemas de conocimiento han perdurado hasta la actualidad oponiéndose continuamente a la conquista y a la colonización-, debido a su carácter de sistemas integrales, omnipresentes en la cultura y en la vida cotidiana de sus portadores, quienes los han heredado como parte de su patrimonio cultural, los han actualizado y los transmiten a las futuras generaciones porque les permiten crear espacios de cultura propia, reproducirse como grupos sociales, transformar su ambiente y planear su futuro.

El estudio del patrimonio cultural presente en el paisaje de la Península de Yucatán permite adentrarnos en los sistemas de conocimiento de la cultura maya³ (figura 1). Sin embargo, este patrimonio se ve constantemente amenazado y en muchos casos deteriorado cuando el desarrollo urbano carece de una adecuada planeación social y ambiental, que tome en cuenta los estudios científicos referentes al patrimonio cultural y natural de una región y que respete las leyes federales que protegen este patrimonio, las cuales en muchas ocasiones se pasan por alto cuando se impulsan proyectos estatales como la industria del turismo de masas, la cual se ha extendido en las dos últimas décadas (Franco, 2011, 2012).

El desarrollo urbano costero que se impulsa en la Península de Yucatán como parte de esta industria

Figura 1. La navegación maya en la Península de Yucatán (Thompson 1972:6).



modifica drásticamente los paisajes, induciendo cambios en el uso del suelo que acaban con selvas, sabanas, manglares y con las formas de vida y los conocimientos que los habitantes del medio rural han desarrollado o heredado al vivir en esos ecosistemas, al no respetar la legislación vigente en materia de patrimonio cultural y natural, como ya ha sucedido en la costa de Quintana Roo con el establecimiento de las capitales turísticas de Cancún y la Riviera Maya y como empieza a suceder en los estados de Yucatán y Campeche (Benavides 2009; Capurro, Franco y Autor 2012; Franco 2011).

Una de los principales motores del desarrollo urbano en las costas de la Península de Yucatán es la construcción de desarrollos turístico-residenciales de tipo Premium o de gran lujo, que se construyen en terrenos de cientos de hectáreas, en las cercanías de sitios arqueológicos inmersos en zonas de gran belleza natural. Según la Red de Patrimonio, Turismo y Desarrollo Sostenible de España (Ibertur, 2010), gracias a sitios patrimoniales como las zonas arqueológicas de Chichén Itzá, Uxmal y Tulum, en la Península de Yucatán y Teotihuacán, en el centro del país, México se ubica actualmente en el cuarto lugar mundial en turismo cultural, figurando detrás de Francia, Italia y la propia España, que marcha a la cabeza de la lista internacional. Paradójicamente

esto no se traduce en un aumento en la calidad de vida o en la economía de las comunidades mayas de la península, debido a que no se conoce en toda su magnitud el patrimonio cultural del que son portadoras.

3. La herencia maya

La Península de Yucatán es un gran ecosistema kárstico (Capurro, 2003), cuyo subsuelo está formado por roca caliza de diferentes durezas, que en su mayoría es muy permeable y no permite que se formen corrientes de agua superficiales; en cambio existen numerosos ríos y depósitos de agua dulce subterráneos por la filtración de agua de lluvia que va disolviendo la roca del suelo y formando cavernas y cenotes. Estos ríos subterráneos desembocan en el mar, formando humedales en las costas de la península, que se presentan como manglares, pantanos, ciénegas y rías.

En la costa del estado de Yucatán el agua de los ríos subterráneos brota por pequeños agujeros en el suelo rocoso, el cual en esta región es diferente al del interior de la península, ya que forma una capa impermeable y muy dura conocida localmente como *tzekel*. El *tzekel* sirve para proteger las enormes reservas de agua dulce subterráneas de la intrusión de agua salina proveniente del mar, por eso el agua dulce se mantiene encerrada a presión y solo brota a través de ojos de agua en las ciénegas y en el mar. Cuando brota en las ciénegas se estanca, porque el suelo no permite que se filtre de regreso. Esto hace que el agua estancada al mezclarse con el agua de mar forme humedales con diversos grados de salinidad.

Este proceso ha producido a lo largo de los siglos los mayores yacimientos naturales de sal de toda la península, pues cada año en la temporada de secas el sol evapora el agua estancada en las ciénegas, formando cristales de sal que se pueden recoger con solo transitar por allí (figura 2). Estos yacimientos han sido aprovechados por los mayas desde hace más de dos mil años. Ellos construyen charcas salineras (figura 3), que son grandes áreas rectangulares delimitadas por albarradas⁴ para encerrar agua salada en la ciénega. Cuando el sol evapora el agua se forman los cristales de sal, que es recolectada en canastas y amontonada para su transporte

En la época prehispánica los mayas establecieron centros de producción y exportación de sal a través de rutas de comercio marítimo y fluvial, que servían para abastecer de este mineral a todas las tierras bajas mayas⁵. Desde el período Preclásico Medio (800-350 a.C.) hasta la llegada de los españoles en el período Posclásico (1200-

Figura 2. Cristales de sal recolectados Xtampú, abril de 2009.



Fuente: Autor.

Figura 3. Don Armando Argáez mostrando una de las charcas salineras en Xtampú, octubre de 2008.



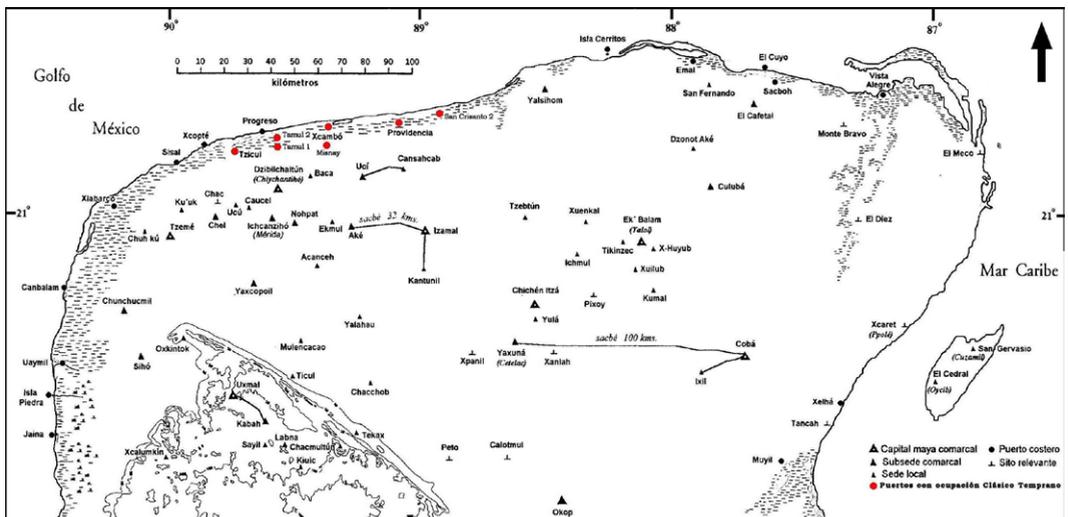
Fuente: Autor 2009.

-1547 d.C.), la costa de la península fue una importante ruta comercial mesoamericana, que unía a las culturas del Golfo de México con las de Centroamérica (Andrews, 1980, 1998; Robles, 2005; Robles y Andrews, 2001, 2003; Sierra, 1994, 2004).

Mediante sistemas de canales y refugios en los arrecifes, manglares e islas de barrera, los mayas navegaban rodeando la península, estableciendo diversos asentamientos en sus costas (figura 4).

Uno de ellos es Xcambó, ubicado estratégicamente en un petén⁶ rodeado de manglares en el actual municipio de Telchac Puerto. La exploración arqueológica reciente, -realizada de 1996 a 1999 por investigadores del Centro Yucatán del Instituto Nacional de Antropología e Historia (INAH)-, permitió conocer que Xcambó funcionó como un puerto de comercio durante todo el período Clásico (100-1100 d.C.), administrando el comercio y la producción costera⁷ (Sierra, 2004).

Figura 4. El noroeste de la Península de Yucatán en tiempos prehispánicos.



Fuente: Autor 2009:16.

Figura 5. El sitio arqueológico de Xcambó.



Fuente: Autor.

Figura 6. Plaza principal de Xcambó.



Fuente: Autor.

Los hallazgos del Proyecto Arqueológico Xcambó⁸ (figuras 5 y 6), mostraron que el sitio formaba parte de un gran complejo costero que incluye infraestructura para la producción de sal, como las salinas de Xtampú - 1 km al norte de Xcambó-, y otro conjunto de charcas salineras de mayor extensión que se extiende por varias hectáreas al noroeste de Xcambó. Este enorme complejo incluía muelles, atracaderos en incluso caminos de piedra que unían a Xcambó con sitios de tierra adentro como Dzemu, Uci e Izamal que proveían a la población costera de granos y productos

agrícolas. Estos asentamientos formaban parte de un complejo sistema sociopolítico que hacía posible el intercambio a larga distancia y el aprovechamiento de los diversos ecosistemas locales (Sierra, 2004).

4. Sistemas de conocimiento usados actualmente en la región de Xcambó

Los antiguos sistemas de conocimiento desarrollados en la región de Xcambó, que hacían posible

Figura 7. Imagen de satélite de la región de Xcambó y del predio que ocupará FlamingoLakes, junto con las poblaciones de Dzemu y Telchac Puerto.



Fuente: Benavides 2009:18.

Figura 8. La región de Xcambó y el lugar donde se construye Flamingo Lakes, mostrando las áreas donde se realizan las actividades mencionadas en el texto.



Fuente: Modificado de Batllori 2007:1

el aprovechamiento diversificado de los recursos locales se continuaron empleando y actualizando durante la época colonial y reciente. Como resultado de este desarrollo cultural, los habitantes actuales de Dzemul y Telchac Puerto realizan diversas actividades productivas en el territorio antiguamente controlado por Xcambó (Figuras 7 y 8).

Durante el período colonial los pobladores de Dzemul producían sal en Xtampú como tributo para el Imperio Español (Andrews, 1982; Sierra, 2004), utilizando la infraestructura y los conocimientos generados durante la época prehispánica. Después de la Independencia y hasta los inicios del siglo XX esta actividad continuó en manos de particulares debido a su importancia económica. Luego de la Revolución Mexicana y con la instauración del ejido, este patrimonio volvió a las manos de los dzemuleños. Los ejidatarios de Dzemul recuerdan cómo durante los años treinta del siglo veinte, cuando se constituyó el ejido, sus miembros podían solicitar una parcela en las salinas de Xtampú, que era medida por las autoridades ejidales y delimitada con piedras por ellos mismos. Cuando el sol secaba estas charcas y se producía la sal, cada ejidatario cosechaba su parcela con ayuda de su familia. Por eso, las salinas crecieron hasta llegar a las 105 charcas existentes actualmente, cada una con su propio nombre⁹ (Figura 9).

Los ejidatarios que comenzaron a trabajar en el lugar durante la primera mitad del siglo XX relatan el uso de técnicas de cosecha y almacenamiento de sal que, de acuerdo a las investigaciones arqueológicas y etnohistóricas se usaban durante la época prehispánica y el período colonial¹⁰. La actividad salinera ha estado vinculada desde la época prehispánica con otras actividades que se continúan realizando en la región de Xcambó, como el aprovechamiento forestal. En las sabanas, selvas y petenes que rodean al sitio arqueológico, así como

Figura 9. Las salinas de Xtampú.



Fuente: Andrews 1980.

en el enorme predio en el que se construye Flamingo Lakes, los habitantes de Dzemul y Telchac Puerto acostumbran recolectar leña y cortar maderas para construir sus casas (Figura 10).

Entre las plantas que más se usan para construir viviendas está el mangle, cuya madera dura y resistente se utiliza para hacer el armazón de las viviendas mayas tradicionales¹¹ (Figura 10). Las sabanas costeras son el lugar perfecto para encontrar el *k'oxolak'* (*Spartina spartinae*), un zacate nativo de la región que se usa para techar ese tipo de viviendas. El *k'oxolak'* hace que las viviendas sean muy frescas y resistentes. Una casa de este material puede durar 25 años y “resistir a fuertes vientos y huracanes, como Isidoro”, comenta don Armando Argáez de Dzemul¹².

Los trabajadores salineros también conocen plantas medicinales que sólo crecen en las sabanas cercanas a Xcambó y Flamingo Lakes, como el *hulúb* (*Bravaisia berlandieriana*), arbusto cuyas hojas se usan para curar las heridas de las manos producidas por la cosecha de sal, pues “al final del día, cuando cosechas sal, hasta el aire que le dé a las yemas de tus dedos duele... por eso, buscas esa planta, la calientas con vela, la frota entre las dos manos y se unta su jugo en las heridas de las manos. Al día siguiente ya estás bien, pues tus heridas sanan y se pone más dura tu piel” (Benavides 2009: 57). Otra planta de esta región es el *X'kakaltún* o albahaca de monte (*Ocimum micranthum*) que sirve para curar el cólico. También está el *huas* (*Crescentia alata*) cuyos frutos son jícaras ovaladas, pequeñas y más gruesas que las que da la planta doméstica (*Crescentia sujete*). Éstas se usan para hacer maracas; se vacía su contenido y se rellenan con piedritas o balines. También se usan para servir el chocolate para los fieles difuntos en el altar de *hanal pixan* (comida de las almas). La planta del corcho (*Annona glabra* L.) también es exclusiva de esta región¹³.

El aprovechamiento forestal es una actividad que se realiza en toda la Península de Yucatán y satisface necesidades de vivienda, alimentación, salud, religiosidad, entre otras. Como en la mayor parte del territorio noroeste de Yucatán, en las selvas bajas del ejido de Dzemul se sembró durante muchos años henequén debido al auge que tuvo esta industria en el estado. Su paulatino abandono desde 1970 permitió que estas selvas se hayan estado regenerando desde entonces, proveyendo a los habitantes locales de diversos bienes y servicios. Sin embargo, los conocimientos adquiridos para el cultivo de este agave se siguen empleando (Figura 11), pues se han articulado en el sistema productivo diverso, heredado de los tiempos prehispánicos, en el que se aprovechan diferentes recursos según el lugar y la época del año. Los productores

Figura 10. Casa maya tradicional en Dzemul.



Fuente: 2009:56.

locales de henequén dicen que es una planta que se cultiva prácticamente sola en las tierras de la región, que son muy pedregosas. No necesita de riego, solo hay que desyerbar periódicamente para que los arbustos no le ganen la humedad y los nutrientes del suelo. Ellos comentan que es una lástima que el gobierno ya no los apoye para esta actividad pues al sembrar henequén “si te administras bien, tu solito te puedes emplear, tienes dos cosechas al año para el plantel y una para ti... ..es decir, al vender dos cortes de penca el dinero que obtengas lo guardas y te sirve para el chapeo y el mantenimiento y todavía te queda el dinero de un corte como ganancia” (Benavides 2009: 48), los ejidatarios de Dzemul afirman que por ello no es bueno vender los terrenos ejidales, en los que también acostumbran sembrar maíz en sus milpas.

La agricultura de milpa es una actividad que se realiza actualmente en diversas regiones de México y que involucra el uso de antiguos sistemas de conocimiento que han sido desarrolladas durante milenios, pues sus orígenes se remontan a los inicios de las civilizaciones mesoamericanas. Hace posible aprovechar la biodiversidad tropical rotando los terrenos que se cultivan y permitiendo su regeneración, por lo que no causa su degradación en el largo plazo (Colunga y May, 1992; González 2001; Terán y Rasmussen, 1994, 2008; Toledo, 1997, 2006).

En la Península de Yucatán los conocimientos necesarios para la realización de la agricultura de milpa se encuentran codificados en la cultura maya actual, en la que han ido amalgamándose y

Figura 11. Plantel de henequén en Dzemul.



Fuente: Autor.

actualizándose continuamente (Terán y Rasmussen, 2008). Las ceremonias religiosas que se realizan durante su ciclo anual expresan una visión de respeto y reciprocidad, generada durante varios milenios de convivencia con los ecosistemas peninsulares. Estas ceremonias se realizan en lugares especiales, sitios considerados sagrados, como las selvas apartadas y espesas, o las fuentes de agua cristalina -cenotes y manantiales-, así como en lugares que recuerdan esta tradición cultural, como los sitios arqueológicos.

Debido a sus manantiales y edificios prehispánicos Xcambó ha sido lugar propicio para las ceremonias mayas relacionadas con el aprovechamiento de los recursos forestales, desde tiempos ancestrales, a la vez que ha sido lugar de descanso y refugio para quienes trabajan en las salinas de Xtampú y para los habitantes de la región que se adentran en el monte para ir de cacería¹⁴.

Por eso ha adquirido la calidad de lugar sagrado, hoy bajo la forma de santuario de la Virgen de Xcambó, cuya fiesta se realiza al concluir la temporada de cosecha de sal, a fines del mes de mayo. Históricamente la cosecha de sal representaba la peregrinación anual de miles de campesinos a la costa durante la temporada de sequía, momento en el que hay una tregua en las labores agrícolas, antes de la siembra de maíz (Andrews, 1980). Por eso la fiesta, que se sigue realizando cada año, inicia con una peregrinación; los habitantes de Dzemul de mayor edad recuerdan haber asistido a ella desde niños, allá por los años treinta del siglo XX. En ese entonces era una aventura llegar pues cuentan que sus abuelos y padres los llevaban a pie

Figura 12. La capilla de la Virgen de Xcambó y el Cerro de la Virgen.



Fuente: Autor 2009.

atravesando lugares inundados ya que no había camino pavimentado. La peregrinación recorría un antiguo camino de carreta que iba de Dzemu l a la hacienda de San Diego Guerra, de allí se dirigía a Misnay, un pequeño sitio que también tiene ruinas mayas donde descansaban y a veces ponían ofrendas. De allí se dirigían a Xcambó¹⁵ por el antiguo camino empedrado que une a los dos sitios.

Antes de que Xcambó fuera intervenido por los arqueólogos del INAH, los habitantes de Dzemu l lo consideraban como un lugar importante, por haber sido construido por los mayas antiguos. Ellos acudían en bicicleta hasta el sitio y limpiaban periódicamente la plaza central, donde estaba la capilla de *k'oxolak* que resguardaba el santuario de la Virgen. En 1980 iniciaron la construcción de la capilla actual (Figura 12). Esta fiesta tiene tanto arraigo que cuando se hicieron las excavaciones arqueológicas en Xcambó, la capilla fue preservada en el sitio en que fue construida: uno de los edificios restaurados.

La historia de esta tradición religiosa y de las diversas actividades productivas arriba descritas muestran como el sitio arqueológico de Xcambó y la región en la que se encuentra inmerso, han servido de punto de reunión para la práctica y la transmisión de diversos sistemas de conocimiento mayas a través de los siglos. A semejanza de una universidad -cuyos campus de práctica son la sabana, la selva baja, el manglar, los petenes, las ciénegas y la duna costera-, la región entera es patrimonio¹⁶ de las comunidades costeras, porque les permite actualizar conocimientos que se han acumulado a lo largo de la historia, necesarios para construir casas, para usar plantas medicinales, para sembrar maíz o para cultivar henequén, satisfaciendo sus necesidades de vivienda, salud,

alimentación, energía, intercambio, recreación y reproducción social.

Es este patrimonio el que se encuentra amenazado por el desarrollo urbano actual de la costa yucateca, el cual no toma en cuenta los usos ancestrales que se han hecho de esta región marítima y costera, ni los estudios científicos sobre su patrimonio cultural y natural. La industria turística que se impulsa actualmente en las costas de la península intenta intercambiar todas las actividades tradicionales por una sola: el turismo. Al hacerse esto se destruye el principal atractivo turístico de la región: el patrimonio cultural y natural de los habitantes de la península. Por ello es necesario difundir la existencia de este patrimonio y continuar con su investigación, para que pueda ser conocido y respetado por la mayoría de la población.

5. El Turismo Premium en la costa de Yucatán

El patrimonio cultural y natural de la región de Xcambó se ha visto afectado desde hace algunos años por el cambio ilegal de límites entre los municipios de Telchac Puerto y Dzemu l, -ocurrido en la década de 1980 e instrumentado por el gobierno del estado-, como resultado del cual Dzemu l perdió los terrenos cercanos a la costa (Benevides, 2009: 36-39), en los que se encuentra Xcambó. Los ejidatarios de Dzemu l que se opusieron a este cambio limítrofe fueron encarcelados y no se les liberó hasta que no firmaron de conformidad (Benevides, 2009: 36-39).

El problema más grave que trajo el cambio de límites ha sido la venta de tierras en la costa, pues las playas de San Benito, San Bruno e Xtampú, que antes eran parte del municipio y del ejido de Dzemu l ya han sido vendidas a particulares y se encuentran cubiertas de casas de veraneo y edificios de condominios. Los ejidatarios de Dzemu l han expresado su indignación ante este hecho (Benavides, 2009), pues comentan que las playas son zonas federales que por ley no se pueden ocupar ni vender, ya que supuestamente pertenecen a todos los mexicanos y todos tenemos derecho a acceder a ellas. Sin embargo, actualmente esto no se puede hacer porque las residencias impiden el libre acceso a las playas.

Actividades como el aprovechamiento forestal, el cultivo de henequén y la recolección de sal se han visto mermadas desde entonces, lo que ha propiciado una venta masiva de los terrenos cercanos a la costa. Debido a esto los ejidatarios de Dzemu l no han querido parcelar ni vender las tierras ejidales que les quedan, en las que aun conservan la modalidad de uso común, pues consideran que sus tierras son necesarias para la supervivencia de

las generaciones futuras. Las decisiones respecto al uso de las tierras del ejido son tomadas en la asamblea ejidal.

La modalidad de uso común de las tierras del ejido de Dzemul ha permitido la existencia de un sistema productivo diverso, que al igual que en época prehispánica brinda la oportunidad de aprovechar diversos recursos según la época del año. Antiguamente con este sistema muchas de las comunidades de la región y del estado no tenían que depender de una sola actividad económica para su subsistencia y sus habitantes no tenían que migrar temporal o definitivamente a las ciudades en busca de empleo.

Sin embargo las políticas y programas neoliberales que los gobiernos federales y estatales han implementado desde hace dos décadas, se han caracterizado por la falta de apoyo a las actividades productivas que realizan los campesinos y los habitantes del medio rural en México, así como por fomentar la dependencia de una sola actividad económica, el turismo. En el caso de Yucatán la falta de apoyo a industrias como la salinera y la henequenera han resultado en una alta migración hacia la capital del estado, el Caribe mexicano y Estados Unidos. Adicionalmente este tipo de políticas neoliberales consideran a la cultura y al patrimonio cultural de los habitantes de la nación como mercancías, susceptibles de venderse en los mercados globales mediante un mal entendido “turismo cultural” que solo beneficia a compañías trasnacionales y a grupos de poder nacionales e internacionales (Franco, 2005, 2011). Otorgando permisos a industrias trasnacionales para el usufructo y la explotación comercial de lugares patrimoniales¹⁷ sin importar el deterioro de estos y del ambiente natural en el que se encuentran, el gobierno federal viola la Ley Federal sobre Monumentos y Zonas Arqueológicas, Artísticas e Históricas, los acuerdos internacionales firmados por México para la protección del patrimonio (Díaz Berrio, 1975) y los principios con los que fue creado el INAH según los cuales el patrimonio cultural es de todos los mexicanos y es un instrumento para la educación (Franco, 2011).

Figura 13. Plano original del proyecto Flamingo Lakes



Fuente: Batllori, 2007

En la costa del Estado de Yucatán el Proyecto FlamingoLakes es la expresión concreta de esta tendencia nacional e internacional de lucrar con el patrimonio cultural y natural sin importar su deterioro, con el fin de obtener los mayores beneficios económicos en el menor tiempo posible. El predio de 882 hectáreas en el que se construye FlamingoLakes (figura 13) fue adquirido en 2005 por una compañía trasnacional que se dedica a la construcción de campos de golf y desarrollos residenciales en diversas partes del mundo.

En el estudio de Impacto Ambiental previo a la aprobación del desarrollo se encontró que el lugar forma parte del corredor biológico mesoamericano,

Cuadro 1. Caracterización del predio del FlamingoLakes.

Área	Hectáreas	%
Terrenos forestales susceptibles a C.U.S*	339.8	39%
Terrenos Agropecuarios	485.9	55.5%
Área de Conservación	48.2	5.5%
Total	873.9	100%

*C.U.S. Coeficiente de Uso de Suelo. (Modificado de Batllori 2007:4).

Cuadro 2. Distribución del uso del suelo considerado en la segunda MIA (Tomado de Piña 2007:1)

Área	Hectáreas	%
Lotes residenciales	205.3	23.3 %
Multifamiliares	10.5	1.2 %
Comercios	0.9	0.1
Servicios y equipamiento	22	2.5 %
Vialidad	57.1	6.5 %
Campo de Golf	68.1	7.7 %
Lagos	25.5	2.9 %
Donación	19.5	2.2 %
Áreas verdes alrededor campo de golf	144.3	16.4 %
Reserva privada	328.7	37.3 %
Total	881.9	100 %
Superficie que se planea desmontar	408.9	45.3%
Área sin desmontar	473	53.7%

que casi el 40% del predio son terrenos forestales (cuadro 1) y que es un santuario para especies amenazadas y en peligro de extinción como el guayacan (*Guaicum sanctum*), el pavo ocelado (*Meleagris ocellata*), el yaguarundi (*Herpailurus yagouarundi*) y el oso hormiguero (*Tamandua mexicana*).

A pesar del inherente valor paisajístico que muestran los estudios, en el proyecto original se planeaba despallar con maquinaria pesada 72.8%, de las 873.9 hectáreas que comprendía entonces el predio para urbanizarlas. Esta primera versión del proyecto no fue aprobada, pues la parte norte del predio son terrenos inundables. La compañía constructora adquirió mas tierras y presentó un segundo estudio de impacto para urbanizar el 45.3% de las 881.9 hectáreas que componen ahora el predio (cuadro 2, figura 14).

Sin importar que los ecosistemas de la región de Xcambó son un patrimonio que las comunidades locales han aprovechado históricamente y con el cual cuentan para su futuro el proyecto fue aprobado por la Secretaría de Medio Ambiente y Recursos Naturales (Semarnat) en mayo de 2007, curiosamente dos meses antes de que entrara en vigor el decreto 801 del Gobierno del Estado, que hace obligatorio el Programa de Ordenamiento Ecológico del Territorio Costero del Estado de Yucatán (POETCY) (Euán *et. al.* 2007). Según esta nueva legislación, queda prohibida la construcción de campos de golf y desarrollos residenciales en el área de transición entre los humedales costeros y la tierra firme, es decir,

en las sabanas y selvas en las que actualmente se construye Flamingo Lakes.

Esta legislación responde a la vulnerabilidad de la hidrología costera, pues los estudios muestran el peligro de perforar 25 hectáreas de lagos artificiales y cimientos para 2,397 residencias y 21 edificios para condominios, destruyendo la coraza calcárea superficial –el *tzekeel*– cuyo espesor máximo es 1.5 m y cuya función es mantener un equilibrio entre las presiones de los mantos acuíferos subterráneos y superficiales para evitar la mezcla de las capas de agua salada con las de agua dulce. Es muy probable que su destrucción lleve a la salinización de las reservas de agua

Figura 14. Desarrollo urbano aceptado por Semarnat.

Fuente: Flamingo Lakes 2009.

Figura 15. Miembros de la cooperativa Saya Chaltun en la Laguna Rosada



Fuente: Imagen proporcionada por don Rodolfo Ortega

dulce necesarias para la subsistencia de los municipios de Dzemul y Telchac Puerto (Batllori, 2007, Benevides, 2009: 68-77).

Dichos municipios tampoco tienen la capacidad para procesar las 6.8 toneladas de basura que se producirán diariamente en FlamingoLakes, donde se planea que vivan 16,884 personas; la población de Dzemul apenas cuenta con 3,489 habitantes y la de Telchac Puerto con 1,726 (INEGI 2010). La extracción de agua salada y agua dulce de los mantos subterráneos para llenar lagos artificiales y regar campos de golf también modificará la hidrología, afectando los ecosistemas costeros, particularmente el manglar, debido a la interrupción de las corrientes subterráneas de agua dulce que lo alimentan (Benevides, 2009: 73).

La urbanización de alto impacto que realiza el proyecto Flamingo Lakes atenta no solo contra los ecosistemas presentes en la región de Xcambó, sino contra los medios de subsistencia de las comunidades costeras, como Telchac Puerto, donde -ante el declive de la actividad pesquera en años recientes- los pescadores se han asociado en cooperativas ecoturísticas para trabajar en la recuperación del ecosistema de manglar que bordea la Laguna Rosada¹⁸, cuerpo de agua que colinda con el predio en el que se construye este desarrollo (ver figuras 8 y 15).

6. Consideraciones finales

En la península de Yucatán existen muchos otros sitios arqueológicos que al igual que Xcambó nos dan la oportunidad de aprender sobre los antiguos sistemas de conocimiento que la civilización maya ha desarrollado a lo largo de su historia. Podemos aprender sobre ellos me-

dante el estudio de los vestigios que los mayas prehispánicos dejaron -puertos de comercio, canales de navegación, sistemas de caminos, sistemas hidráulicos, etc.-; pero también podemos acercarnos a estos sistemas de conocimiento mediante la experimentación de las prácticas cotidianas que los mayas actuales han heredado o desarrollado al vivir en el gran ecosistema que constituye la península de Yucatán.

La permanencia de este patrimonio ha sido posible gracias a la incorporación de diferentes actividades -recolección de sal, milpa, cultivo de henequén, pesca artesanal, aprovechamiento forestal, cooperativas ecoturísticas-, al sistema productivo diverso de origen maya, mediante el cual las comunidades costeras hacen un uso de bajo impacto de sus ecosistemas que ha sido sostenible durante los últimos veinte siglos. Por lo tanto si realmente se conociera y tomara en cuenta el patrimonio cultural y natural local se podría articular un verdadero turismo cultural, en este sistema productivo diverso maya, como ya lo han comenzado a hacer las cooperativas ecoturísticas ejidales en Telchac Puerto (Benevides, 2009: 50-54).

Ahora más que nunca es necesario conocer y difundir la existencia del patrimonio que representan las zonas marítimas y costeras mexicanas y los sistemas de conocimiento que permiten aprovecharlas, porque el impulso actual de la industria turístico-inmobiliaria no toma en cuenta este aprendizaje y este conocimiento milenario del paisaje. El desarrollo urbano costero que acompaña esta industria se caracteriza por transformar enormes áreas de manera extensiva y drástica, haciendo *tabula rasa* de todo este patrimonio. La construcción de desarrollos turísticos Premium mediante la compra o la expropiación de cientos de hectáreas, es un fenómeno que se presenta actualmente en toda la Península de Yucatán. Aunque este fenómeno inició con la fundación de Cancún en las costas de Quintana Roo como polo turístico hace poco más de treinta años, el desarrollo urbano costero sin planeación científica de largo plazo se extiende ahora a lo largo de los 130 km de la Riviera Maya. Los resultados negativos de este impacto ya son visibles a varios niveles, como lo señalan los estudios hechos por el United Nations University Institute for Water Environment and Health (UNU-INWEH) en colaboración con investigadores del Cinvestav-IPN, para conocer la contaminación en las aguas del mar Caribe (Metcalf y Drouillard, 2010).

La urbanización costera de alto impacto que acompaña a la industria del turismo de masas se ha extendido a regiones que hasta hace una o

dos décadas eran consideradas santuarios, como el extremo sur de la Riviera Maya en Quintana Roo, donde se construye el complejo Maya Zamá (380 hectáreas) junto al pueblo y santuario maya de Tulúm y a la Reserva de la Biósfera de Sian Ka'an (Franco 2009), o las tranquilas costas de Champotón en el estado de Campeche -al otro lado de la península-, donde Aak Bal Campeche, Marina Village, Golf and Beach Resort modifica 400 hectáreas de humedales, manglares y playas en uno de los mayores santuarios de anidamiento de tortugas marinas a nivel mundial.

Sin embargo la construcción de desarrollos turísticos tipo Premium como Flamingo Lakes requiere de la participación de una gran cantidad de inversionistas, quienes al consultar la propaganda de estos desarrollos en las redes electrónicas y los medios de comunicación también tienen acceso a las investigaciones científicas y a las denuncias sobre los daños patrimoniales en estas regiones costeras, las cuales ayudan a crear conciencia sobre esta problemática.

Durante la última vista de campo a la región de Xcambó se observó que el Proyecto Flamingo Lakes aún continúa en construcción, modificando los ecosistemas costeros, aunque a un ritmo más lento que lo planeado inicialmente, tal vez debido a la falta de inversionistas, desanimados ante las fuertes críticas de las que fue objeto el proyecto en los medios de comunicación.

En consecuencia, las tareas inmediatas en torno al uso sostenible del gran ecosistema de la península de Yucatán (Capurro y Franco 2011), son las investigaciones científicas, las consultas jurídicas y las acciones ciudadanas, para que los gobiernos regionales requieran que el desarrollo turístico sea sostenible en el manejo de los patrimonios natural y cultural.

Bibliografía

- Andrews, Anthony P.
1980 *Salt-making, Merchants and Markets, the Role of a Critical Resource in The Development of Maya Civilization*, tesis de doctorado, Tucson: University of Arizona.
1998. "El comercio marítimo de los mayas del Posclásico" en *Arqueología Mexicana*, 6(33) México: 16-23.
- Arellano, Alberto, Salvador Flores Guido, Juan Tun Garrido y Mercedes Cruz Bojorquez.
2003 *Etnoflorayucatanense. Nomenclatura, forma de vida, uso, manejo y distribución de las especies vegetales de la Península de Yucatán*. Mérida: CONACYT, Facultad de Medicina Veterinaria y Zootecnia de la Universidad Autónoma de Yucatán (UADY).
- Batllore, Eduardo
2007 Opinión sobre el Desarrollo Flamingo Lakes Resort. Mecanuscrito Inédito, Mérida: SEDUMA.
- Benevides Rosales, Antonio
2007 *Los Patronos de asentamiento del sitio prehispanico de Poxilá, Municipio de Umán, Yucatán*, tesis de licenciatura en ciencias antropológicas con especialidad en arqueología. Mérida: FCA-UADY.
- 2009 *El Impacto de Flamingo Lakes en el Patrimonio Cultural y Natural de la Región de Xcambó, Yucatán*, tesis de maestría en ciencias en la especialidad de ecología humana. CINVESTAV-IPN, Unidad Mérida.
http://www.mda.cinvestav.mx/ecohum/tesis_estudiantes/TesisABenavides09.pdf
- Bonfil Batalla, Guillermo
1987 *México Profundo: Una Civilización Negada*. México: SEP-CIESAS.
- 1997 "Nuestro patrimonio cultural: un laberinto de significados" en Enrique Florescano (coordinador), *El Patrimonio Nacional de México Volumen I*, (pp. 28-56) Biblioteca Mexicana, Consejo Nacional para la Cultura y las Artes, México: Fondo de Cultura Económica.
- Capurro Filograsso, Luis
2003 *Un gran ecosistema costero: la Península de Yucatán*. Avance y Perspectiva, CINVESTAV del IPN. Vol. 22, marzo-junio.
- Capurro Filograsso, Luis y Jorge Franco Cáceres
2011 *Sostenibilidad de los recursos marinos y costeros en la península de Yucatán*. Documento interno, laboratorio de oceanografía física Cinvestav-IPN, Unidad Mérida.
- Capurro Filograsso Luis, Jorge Franco C. y Antonio Benavides R.
2012 "Turismo Premium, Patrimonios en riesgo y Zonas Marítimo Terrestres en la Península de Yucatán" Artículo de divulgación publicado en el Suplemento Científico y Cultural "Unicornio", del periódico Por Esto! el domingo 10 de junio, num. 1101
- Colunga P. y May F.
1992 "El sistema milpero y sus recursos filogenéticos", en Zizumbo D., Rasmussen C., Arias L. M y Terán S. (editores), *La modernización de la milpa en Yucatán*, (pp. 97-134) Mérida: CICY.
- Díaz-Berrio Fernández, Salvador
1976 *Conservación de monumentos y zonas monumentales*. México, D.F: SEP.
- Euán, J., A. García, y M. Liceaga
2007 *Programa de ordenamiento ecológico del territorio costero del estado de Yucatán*. Mérida, Yucatán: Secretaría de Ecología, Secretaría de Medio Ambiente y Recursos Naturales, Corredor Biológico Mesoamericano.

Franco Cáceres, Iván

2005 *Transformaciones del proyecto cultural en México. Educación, cultura y patrimonio cultural ante el neoliberalismo*. Serie Análisis crítico sobre patrimonio cultural. México: Delegación DII-IA-1 Sección 10 Sindicato Nacional de Trabajadores de la Educación

2011 *¿Quiénes lucran con el patrimonio cultural en México?*, Mérida: Unas letras.

2012 La región Golfo de México-península de Yucatán y el Caribe: recursos estratégicos, capitales turísticos y fronteras militares. En *Turismo y antropología: miradas del Sur y el Norte* Alicia Castellanos Guerrero y Jesus Antonio Machuca, Coords. Pp.173-200, México: Universidad Autónoma Metropolitana.

Franco Cáceres, Jorge A.

2009 Expropiación patrimonial impuesta por el desarrollo turístico Maya Zama a las comunidades mayas de Tulum, Quintana Roo. Ponencia presentada en la mesa Globalización, Identidad y Cultura, en el marco del 53 Congreso Internacional de Americanistas, Santa Fe, Ciudad de México del 19 al 24 de julio.

González J., Roberto

2001 "Capítulo 5 from milpa to tortilla. Growing, eating and exchanging Maize", en *Zapotec Science, Farming and Food in Northern Sierra of Oaxaca*, (pp. 130-174), Austin: University of Texas Press.

Peraza Lópe, Carlos, Pedro Delgado y Barbara Escamilla

"Investigaciones en un edificio del Preclásico medio en Tipikal, Yucatán", en *Los Investigadores de la Cultura Maya*, 10, tomo 1, (pp. 263-276), Campeche: Universidad Autónoma de Campeche.

Piña Quijano, Patricia

2006 Manifestación de Impacto Ambiental del Proyecto Flamingo Lakes Resort. Mecanuscrito Inédito para la SEMARNAT, Mérida.

2007 Manifestación de Impacto Ambiental del Proyecto FlamingoLakes Resort. SEMARNAT, Mérida.

Robles C., Fernando y Anthony P. Andrews. (editores)

2001. *Proyecto Costa Maya: La interacción costa-interior entre los mayas de Yucatán*. Reporte interino temporada 2001: Reconocimiento arqueológico de la esquina noroeste de la península de Yucatán. Informe para el Consejo Nacional de Arqueología de México. Mérida: Centro INAH Yucatán, National Geographic Society, New College of Florida.

2003 *Proyecto Costa Maya: reconocimiento arqueológico en el Noroeste de Yucatán, México*. Reporte interno temporada 2002. Informe para el Consejo Nacional de Arqueología de México. Mérida: Centro INAH Yucatán, National Geographic Society, New College of Florida.

Sierra Sosa, Thelma

1994 *Contribución al estudio de los asentamientos de San Gervasio, isla de Cozumel*, colección científica, México: INAH.

1996-8 Proyecto Arqueológico Xcambó. Informes de las Temporadas 1996-98. Centro INAH Yucatán, Mérida.

2004. *La arqueología de Xcambó, Yucatán, centro administrativo salinero y puerto comercial de importancia regional durante el Clásico*. Tesis de doctorado en Estudios Mesoamericanos. FFyL, IIF-UNAM, México.

Terán Contreras, Silvia y Christian H. Rasmussen. 1994 *La milpa de los mayas*. Mérida: DANIDA-CICY.

2008 *Jinetes del cielo maya. Dioses y diosas de la lluvia en Xocén*, Mérida: Universidad Autónoma de Yucatán.

Toledo M., Víctor

1997 La diversidad ecológica de México. En: *El Patrimonio Nacional de México Vol. I*. Enrique Florescano, coord. Biblioteca Mexicana, México: Consejo Nacional para la Cultura y las Artes, Fondo de Cultura Económica

2006 *Ecología, espiritualidad, conocimiento*. Morrelia: Jitanjánfora.

Fuentes electrónicas

CMIC Cámara Mexicana de la Industria de la Construcción

2008 Noticias de la construcción. Notas publicadas en los medios, Martes, 18 de marzo de 2008 [http://www.cmicyucatan.org/descargas/archivo_descargas/01_15... - 66k \(28/03/ 2008\)](http://www.cmicyucatan.org/descargas/archivo_descargas/01_15... - 66k (28/03/ 2008))

IBERTUR

2010 [http://www.patrimioturistico.org/index.php?option=com_zoo&task=item&item_id=163&Itemid=18&lang=es \(04/03/ 2010\)](http://www.patrimioturistico.org/index.php?option=com_zoo&task=item&item_id=163&Itemid=18&lang=es (04/03/ 2010))

INEGI

2010 [http://cuentame.inegi.org.mx/monografias/informacion/yuc/territorio/div_municipal.aspx?tema=me&e=31 \(02/11/2011\)](http://cuentame.inegi.org.mx/monografias/informacion/yuc/territorio/div_municipal.aspx?tema=me&e=31 (02/11/2011))

Metcalfe, Chris and Ken Drouillard

2010 Caribbean Coastal Pollution Project (CCPP) Final Report. United Nations University Institute for Water Environment and Health (UNU-INWEH) [http://www.inweh.unu.edu/Coastal/CCPP/Whitegrunt/Finalreport.pdf \(17/04/2012\)](http://www.inweh.unu.edu/Coastal/CCPP/Whitegrunt/Finalreport.pdf (17/04/2012))

Flamingo Lakes

2009 Tríptico informativo

[http://www.flamingolakes.com/ \(20/01/14\)](http://www.flamingolakes.com/ (20/01/14))

Notes

- ¹ En 2014 Flamingo Lakes aún continuaba en construcción, a un ritmo más lento que lo planeado inicialmente.
- ² Este desarrollo está planeado para ofrecer servicios de lujo a una población de alrededor de 17,000 habitantes -entre jubilados y vacacionistas-, provenientes de Estados Unidos, Canadá y Europa principalmente (Cámara Mexicana de la Industria de la Construcción, 2008).
- ³ Prehispánica y actual.
- ⁴ Las albarradas son bardas construidas con piedras pero sin mortero que se usan en el norte de la península desde la época prehispánica y cuyo uso ha perdurado hasta la actualidad.
- ⁵ Las tierras bajas mayas comprenden el territorio que hoy ocupan los estados mexicanos de Tabasco, Campeche, Yucatán y Quintana Roo, así como Belice y parte de Guatemala.
- ⁶ Petén: Afloramiento del suelo calizo en el que brotan ojos de agua, permitiendo el crecimiento de abundante vegetación que crece protegida de los humedales salinos que la rodean, lo que propicia la existencia de una gran biodiversidad.
- ⁷ Los nexos de Xcambó se extendían hasta la metrópolis de Teotihuacán en el altiplano mexicano, donde los arqueólogos han encontrado vasijas de cerámica mayas provenientes de este sitio (Sierra, 2004).
- ⁸ Que incluyen la restauración de edificios en la plaza principal alrededor de ojos de agua (figura 6), lugares para almacenar sal y diversas áreas residenciales, así como construcciones del período Posclásico (1200-1547 d.C.), que indican que el lugar continuó ocupado para esas fechas (Sierra, 2004).
- ⁹ Antes del Huracán Isidoro (2002), la cooperativa "Sociedad de Solidaridad Social Salinera de Xtampú", -de ejidatarios de Dzemul-, producía cientos de toneladas de sal que se distribuía al interior de la península. A pesar de la importancia histórica de la recolección de sal, el gobierno del estado no otorgó apoyo para reanudarla después del azolve de las charcas por el huracán.
- ¹⁰ Técnicas como la de "Entongar" que consiste en quemar ramas secas alrededor de grandes montículos de sal para endurecer el mineral, de tal suerte que al caerle la lluvia o quedar expuesto al sol y viento por muchos días, el montículo de sal petrificada no se deshaga y no se pierda la sal. De esta manera se puede conservar la sal por muchos meses cuando no se puede vender pronto y no hay lugar techado para almacenarla. Esta técnica es reportada por Fray Diego de Landa en 1566 (Andrews 1980: 108) y era usada por los Dzemuleños en la década de 1970 (Benavides 2009).
- ¹¹ Actualmente encontramos el diseño de las casas mayas en los estados de Yucatán, Campeche y Quintana Roo. Es tan práctico y tiene tal adaptación a las condiciones climáticas de la península que ha sido adoptado por los desarrollos turísticos y residenciales y por la gente de las ciudades. Los registros más antiguos que se tienen de este tipo de viviendas provienen del periodo Preclásico Medio (800-350 a.C.) de hace 2,800 años (Peraza, Delgado y Escamilla 2003).
- ¹² Citado en: Benavides 2009:56
- ¹³ Los usos, distribución y nombres mayas de estas y otras especies locales pueden consultarse en el trabajo de Arellano *et. al.* 2003.
- ¹⁴ La cacería de autoconsumo forma parte del sistema de la milpa y es también una actividad importante en el área

de Xcambó, pues es un complemento para la dieta de los pobladores de ambas comunidades. Las presas a menudo se "entregan" como ofrendas en las ceremonias religiosas (Benavides 2009).

- ¹⁵ La Virgen tenía su santuario dentro de uno de los edificios prehispánicos de Xcambó, al cual se podía entrar por un estrecho túnel con techo en forma de bóveda, hecho de piedra labrada. Al fondo del túnel había una cruz de piedra, a los pies de la cual se depositaban veladoras, flores y ofrendas. Tradicionalmente se ofrendaba maíz y los productos de la milpa. A la fiesta acudían trabajadores de las comunidades vecinas, como Dzemul, Telchac Pueblo, Telchac Puerto, Zaca Puc, Conkal, Chixchulub Puerto, San Crisanto, Motul, Sinanché, Izamal entre otras, muchos de cuyos habitantes aun acuden cada año a la fiesta, en la que aún se realizan la ceremonias en maya oficiadas por un *h'men* o sacerdote tradicional maya
- ¹⁶ Para consultar una interesante discusión sobre el concepto de patrimonio cultural ver Bonfil, 1997: 28-31.
- ¹⁷ Como la zona arqueológica de Chichen Itzá en Yucatán, Xcaret en Quintana Roo o el Tajin en Veracruz, por citar solo algunos ejemplos, ver Franco 2011.
- ¹⁸ La Cooperativa Pescadores Asociados de la Laguna Rosada, S. C. de R. L. ha trabajado en la limpieza y acondicionamiento de dos ojos de agua en las orillas de la laguna para la recreación de los visitantes. Con investigadores del Centro de Investigación Científica de Yucatán (CICY), del Cinvestav-IPN y con apoyo de la Semarnat han ayudado a la recuperación del ecosistema de manglar y están trabajando en el proyecto "Sava Chaltún" una empresa social para conservar la biodiversidad, combatir la pobreza, evitar la erosión costera y crear una fuente de empleo para que los pobladores locales puedan vivir de las riquezas naturales. Ofrecen deportes acuáticos no motorizados, paseos en kayak (Figura 15), avistamiento de aves, etc.

Recibido: 19/07/2012
Reenviado: 29/01/2014
Aceptado: 18/04/2014
Sometido a evaluación por pares anónimos

Historia del turismo en Ibiza: Aplicación del Ciclo de Vida del Destino Turístico en un destino maduro del Mediterráneo

José Ramón Cardona* Antoni Serra Cantallops**

Universitat de les Illes Balears (España)

Resumen: Ibiza es una isla del Mediterráneo caracterizada por un desarrollo económico basado en el turismo de sol y playa. El turismo inició su desarrollo en Ibiza en el primer tercio del siglo XX, pero no alcanzó elevadas cuotas de crecimiento hasta los años sesenta y setenta. En la actualidad es un destino maduro con una gran imagen de marca. El objetivo del presente trabajo es exponer la evolución del turismo en Ibiza, ayudándonos del modelo de Ciclo de Vida del Destino Turístico. Ibiza parece seguir las pautas del modelo descrito por de Butler (1980) con gran exactitud y sólo se difumina este hecho por los impactos negativos externos (guerras, crisis, etc.), causando una demora en el proceso. Para mejorar el modelo de Ciclo de Vida se propone introducir un Fase Preturística, medir la demanda en pernoctaciones y definir la región estudiada como el producto comercializado.

Palabras Clave: Ciclo de Vida del Destino Turístico, Ibiza, desarrollo turístico, estancamiento, turismo de sol y playa.

History of tourism in Ibiza: Application of Tourism Destination Life Cycle in mature Mediterranean destination.

Abstract: Ibiza is a Mediterranean island whose economic development is highly dependent on sun and beach tourism. Tourism in Ibiza began its development in the first third of the 20th century but experienced its highest growth rates along the sixties and seventies. Nowadays, Ibiza is a mature tourism destination with a strong brand image. The aim of this paper is to analyze the evolution of tourism in Ibiza, taking the Tourism Destination Life Cycle model as a basis. Ibiza seems to follow the model described by Butler (1980) with high accuracy and only some external negative impacts (wars, crises, etc.) seem to cause a certain delay in the different life cycle phases. To improve the Life Cycle model is proposed to introduce a Pretourist Phase, measure the demand in overnight stays and define the region studied as the marketed product.

Key Words: Tourism Destination Life Cycle, Ibiza, tourism development, stagnation, sun and beach tourism.

1. Introducción

Ibiza es una isla del mediterráneo occidental caracterizada por su fuerte dependencia económica del turismo, debido a que permitió abandonar la situación de pobreza anterior. Danielle Rozenberg resaltaba la importancia del turismo en la historia de Ibiza y comentaba que “los mismos ibicencos,

para diferenciar el tiempo hablan de antes del turismo y de ahora. Saben que son dos épocas, dos eras muy distintas” (Planells, 1986: 33). El interés de estudiar el caso de Ibiza se fundamenta en dos elementos: es un destino maduro, con un siglo de historia turística y una importante imagen internacional, y poseía peculiaridades en su cultura tradicional (hábitat y arquitectu-

* Doctorando. Profesor Asociado de Comercialización e Investigación de Mercados. Departament d'Economia de l'Empresa; E-mail: jose.ramon@uib.es

** Profesor Titular de Comercialización e Investigación de Mercados. Departament d'Economia de l'Empresa; E-mail: antoni.serra@uib.es

ra rural, etc.) causadas, posiblemente, por una evolución histórica distinta a otras regiones del Mediterráneo y que favorecieron la creación de una imagen de destino de libertad y vida alternativa. La combinación de estos dos elementos hace de Ibiza un ejemplo difícilmente comparable. El objetivo que pretendemos es el de exponer la historia del turismo en Ibiza y comprobar hasta qué punto se adapta a la teoría del Ciclo de Vida del Destino Turístico (CVDT) desarrollada por Butler (1980).

El CVDT toma como hipótesis que el destino turístico, entendido como un conjunto de productos turísticos, experimenta un ciclo vital similar al Ciclo de Vida de los productos de consumo (Serra, 2002), pasando por diversas fases. El trabajo de Butler (1980) es considerado la primera descripción detallada del CVDT. Desde entonces se han realizado trabajos encaminados a aplicar este modelo en diversos destinos turísticos (Ioannides, 1992; Meyer-Arendt, 1985; Pridéaux, 1996, 2000; Priestley y Mundet, 1998; Wilkinson, 1987), pero también críticas o revisiones del mismo (Baum, 1998; Benedetto y Bojanic, 1993; Cooper y Jackson, 1989; Cooper, 1990; Debbage, 1990; Fernando *et al.*, 2011: 241-242; Getz, 1992; Haywood, 1986; Hovinen, 1982; Weaver, 1990).

Entre los diferentes estudios de caso en que parece confirmarse el modelo de Butler (1980) podemos encontrar los trabajos realizados por Oglethorpe (1984) en Malta, Meyer-Arendt (1985) en Grand Isle (Luisiana), Richardson (1986) en Galveston, Wilkinson (1987) en diversas islas del Caribe (Aruba, Santa Lucía, Antigua y Las Islas Vírgenes Americanas), Debbage (1990) en Paradise Island (Bahamas), Foster y Murphy (1991) en Parksville y Qualicum, Morgan (1991) en Mallorca, Ioannides (1992) en Chipre, Smith (1992) en Coney Island, Akama (1999) en Kenya, y Pulina, Dettori y Paba (2006) en los agroturismos de Cerdeña. Aunque a veces coinciden de una forma más perfecta con el modelo, en otros casos es sólo aproximado. Spey Valley (Escocia) puede considerarse un destino turístico situado en la fase de madurez, en la cual coexisten elementos de las fases de crecimiento, declive y rejuvenecimiento (Getz, 1994). En Torbay (Reino Unido) fue difícil determinar las fases del ciclo de vida del destino turístico a causa de que el destino se componía de tres zonas (Torquay, Paignton y Brixham) con evoluciones diferenciadas. Aún así fue posible determinar las distintas fases del destino de una forma aproximada (Agarwal, 1997).

Estudios realizados en Lancaster County (Pennsylvania) por Hovinen (1982, 2002) encontraron que el modelo propuesto por Butler (1980) no es del todo adecuado para describir la evolución de la industria, sobre todo en las

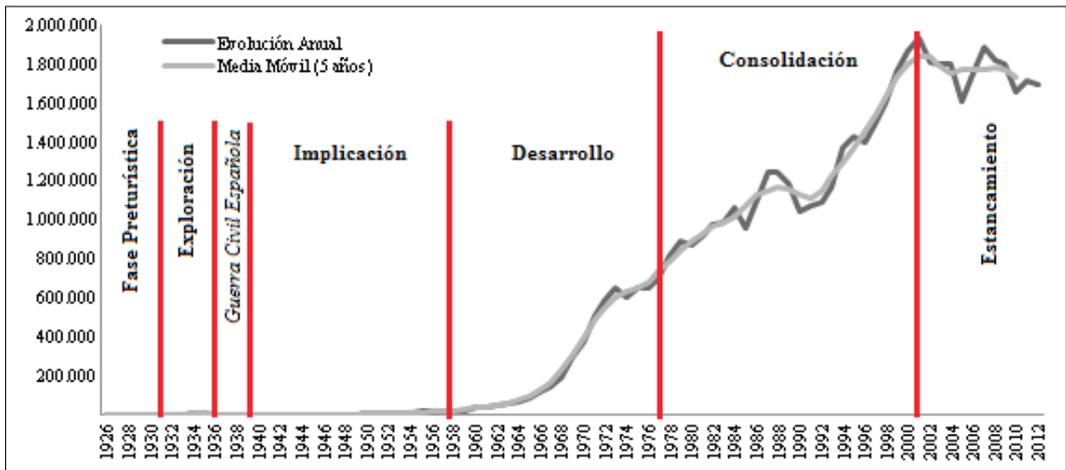
fases finales del modelo, proponiendo una fase de “madurez” que englobe las de consolidación y estancamiento. Un estudio realizado en Port Stephens (Baker, 1983) encontró bastantes diferencias con el modelo original de Butler (1980) en las características de las fases. En un estudio realizado en la Isla de Man (Cooper y Jackson, 1989) encontraron que la evolución del destino no coincidía con la curva y las fases del modelo. En Gran Caimán (Weaver, 1990) se encontró una gran desviación respecto al modelo, principalmente en lo referente al control local del sector. También en un estudio de las Cataratas del Niágara (Getz, 1992) se encontraron importantes puntos de divergencia con el modelo.

Algunas de las críticas al modelo hacen referencia a la falta de operatividad (Haywood, 1986), a algunos elementos del modelo (Hovinen, 1982), a su capacidad para representar la realidad (Getz, 1992) y a que es descriptivo, no predictivo (Cirer, 2009; Cooper, 1990; Russell y Faulkner, 2004). Cirer (2009: 309) considera que el modelo de ciclo de vida es bueno aplicado a los destinos turísticos antiguos. Papatheodorou (2004) considera que la evolución no es lineal, pueden producirse cambios abruptos, largos periodos de calma aparente e interrupciones largas y drásticas seguidas de recuperaciones (Cirer, 2009: 310).

Lo más complejo de la aplicación del modelo es la cantidad de factores internos y externos que pueden alterar la evolución del destino turístico. Factores internos de la dinámica del destino turístico (planificadores turísticos y gestores de empresas) son importantes (Cooper y Jackson, 1989), pero también hay factores externos como es el peso de las empresas multinacionales (Bianchi, 1994; Debbage, 1990) o la interacción con grupos de interés o instituciones estatales (Ioannides, 1992). Además, la forma de la curva varía dependiendo de factores de oferta y factores de demanda como pueden ser cambios en la tipología de los clientes (Cooper, 1990). La literatura y casuística existente sobre el modelo del CVDT ha sido recientemente revisada y comentada por Butler (2006a, 2006b, 2012).

Muchos destinos costeros europeos han entrado en la fase de madurez o de post-madurez en las dos últimas décadas (Agarwal, 2002). Estos destinos turísticos adquirieron sus características en los años sesenta y setenta (Gale, 2005), y se orientaron hacia el turismo de masas con una oferta de sol y playa, un producto muy estandarizado y fuerte estacionalidad (Sedmak y Milhalic, 2008). Los primeros destinos en desarrollarse, como es el caso de la Isla de Man (Cooper y Jackson, 1989), se caracterizan por el hecho de que ya han pasado por todas o casi todas las fases del ciclo de vida.

Gráfico 1: Evolución Turística en Ibiza.



Fuente: Ramón (2001), Cirer (2000), Ibestat, Observatorio de Turismo y elaboración propia.

Otros, como Ibiza, se encuentran entrando en la fase de estancamiento.

En este trabajo se realiza una descripción de las fases del CVDT por las que ha pasado Ibiza (Exploración, Implicación, Desarrollo, Consolidación y Estancamiento) mediante las fuentes historiográficas disponibles. Para la mejor comprensión de la evolución e imagen turística se ha añadido un apartado de análisis de la sociedad previa al desarrollo turístico, denominado Fase Preturística y no existente en el modelo de CVDT. Esta nueva fase no muestra cifras de oferta o demanda turística pero ayuda a comprender el potencial turístico de la región, siendo una introducción o “momento cero” previo a la descripción de las fases del modelo tradicional.

El objetivo del trabajo es una mejor comprensión de la evolución histórica de Ibiza como destino turístico y las causas de su evolución e imagen turística. Se estructura en apartados que corresponden con las fases mencionadas (Gráfico 1), finalizando con un apartado de conclusiones que propone algunas indicaciones para una mejor aplicación del modelo de CVDT a la descripción de casos concretos, algunos ya mencionados (Butler, 2012) y otros no (fase preturística), y que este estudio ha inducido a aplicar.

2. Fase Preturística: Los primeros visitantes (antes de 1931)

Esta es la época que podríamos denominar la Prehistoria del turismo en Ibiza, es decir el periodo

en que la industria turística era imperceptible. Este periodo llegaría hasta 1930 y se caracteriza por la insistencia de la prensa en destacar la necesidad de potenciar la industria turística (Ramón, 2001: 9). Durante esta etapa, la economía de la isla se basaba en los productos agrícolas, ganaderos y forestales para la exportación y para consumo interno de la isla. En el sector secundario, Ibiza se caracteriza por una baja industrialización (el sector se reduce a los artesanos). El sector servicios vive una leve tendencia hacia el aumento, pero siempre es muy residual (Cirer, 1998, 2002, 2004; Ramón, 2001).

Antes de 1909 no hay menciones a la presencia de visitantes que puedan considerarse turistas y no hay documentos escritos que muestren la existencia de debate sobre el turismo. En esta fase los escasísimos visitantes que llegan a la isla son científicos, escritores, pintores, algún periodista, y aventureros que llegan con la finalidad de explorar sociedades tradicionales. Las personas llegadas en el siglo XIX fueron los primeros en dar a conocer la isla (Planells, 1984: 262). Hasta bien entrado el siglo XX, Ibiza era totalmente desconocida como posible destino vacacional y no se alejaba en exceso de las descripciones dadas por los visitantes. Vuiller menciona que “las Pitiüas [Ibiza y Formentera] son menos conocidas, aún, que las Baleares y de ellas se cuentan cosas terribles” (Vuiller, 2000: 15). Además, Ibiza se caracterizaba por una enorme falta de infraestructuras, un hábitat rural disperso (casas aisladas en el campo y sin tradición de pueblos o aglomeraciones urbanas más allá de Ibiza ciudad), arquitectura rural peculiar (modular y con reminiscencias arcaicas), mínima estratificación

social, hospitalidad con el extraño, etc. (Fajarnés, 1995). Todo ello facilitó el atractivo del destino y la imagen de libertad y tolerancia.

Los primeros visitantes sirvieron de detonante para que a principios de siglo se produjera un debate en la prensa local sobre la necesidad de fomentar un sector que se preveía motor de desarrollo de la isla, la cual se encontraba en una situación pésima (pobreza, emigración, analfabetismo, alta criminalidad). En este contexto un negocio fácil como aparentemente podía ser el turismo representaba una auténtica esperanza de progreso en todos los órdenes, aunque especialmente en el económico. De ahí la insistencia con que se reclamó, sobre todo desde los periódicos de la época, la creación de hoteles, líneas marítimas, carreteras y actividades de promoción turística (Ramón, 2001: 13-15). Por tanto, el estado de la economía local fue el principal motor que impulsó el interés de los residentes en la nueva actividad (Allen, Hafer, Long y Perdue, 1993; Lankford, 1994; Perdue, Long y Allen, 1990).

El primer indicio documental de un interés por desarrollar una industria turística lo encontramos en la aparición de la guía "Ibiza, Guía del Turista" de Arturo Pérez-Cabrero, editada en Barcelona en 1909 y con información bastante completa de los atractivos que ofrecía la isla. En esta época los valores arqueológicos, históricos y paisajísticos constituían el principal reclamo turístico (Ramón, 2001: 12-13).

3. Fase de Exploración: Orígenes del turismo en Ibiza (1931-1936)

Los orígenes del turismo en Ibiza se pueden considerar situados en el periodo de 1931 a 1936 (Ramón, 2001: 9). La década de 1930 fue decisiva para la industria turística y puede afirmarse que fue en estos años cuando surgieron las primeras infraestructuras hoteleras propiamente dichas y cuando el turismo nació como tal. La creación del Fomento del Turismo, el aumento de la afluencia turística, a través de yates y cruceros, y la inauguración de importantes hoteles en Ibiza ciudad, Sant Antoni y Santa Eulària constituyeron un conjunto de circunstancias que dieron el necesario empuje inaugural a la nueva industria. Los turistas de esta época encajan en el perfil de los alocéntricos descritos por Plog (1974), sin una nacionalidad predominante y en cifras no superiores a los 5.500 turistas anuales (Ramón, 2001).

En los años treinta, la isla de Ibiza llega a contar con varios hoteles y fondas, con unas 473 plazas en total (Méndez, 2001). Los empresarios que impulsaron el sector en los años treinta eran de tres tipos (Cirer, 2004: 144): personas

que ya se encontraban vinculadas al mundo de la hostelería, propietarios rurales enriquecidos con la modernización del campo ibicenco y con la comercialización de sus productos, y extranjeros que vienen como turistas, observan la posibilidad de montar un negocio para permanecer en la isla y no la desaprovechan (Ramón, 2001: 42).

Desde hace dos siglos muchos "espíritus atormentados" han "emigrado al Sur en busca de la isla, donde los perfiles fronterizos están bien delimitados y la utopía nace diáfana" (Planells, 1986: 7). En este migrar del norte (civilizado, frío y ordenado) hacia el sur (arcaico, cálido y caótico), el Mediterráneo y, en especial, sus islas han tenido un papel fundamental e Ibiza era uno más de estos lugares (Planells, 1986: 10; Planells, 2002: 17; Ramón, 2001: 35). La primera oleada de intelectuales, científicos y refugiados llegó a Ibiza en los años treinta (1931-1936). Los artistas Europeos que huían de la convulsa Europa de finales de los años veinte y principios de los años treinta eligieron Ibiza por diversos motivos (Rodríguez, 2003: 16-17), pero tuvo un papel decisivo lo que Xavier Rubert de Ventós denominó "la Mediterránea como mito cultural" (Rubert, 1985). Walter Benjamin, Raoul Hausmann, Erwin Broner (Erwin Heilbronner), Will Faber (Wilhelm Faber), Erwin von Kreibitz y Wolfgang Schulze "Wols" son los artistas más representativos que pasaron por Ibiza en los años treinta.

Probablemente, lo que diferencia a Ibiza del resto de destinos en los que se establecieron colonias de artistas e intelectuales es que en Ibiza la presencia de este tipo de visitantes y su relación con la población local fue el principal atractivo de la industria turística, mientras que en otros destinos este aspecto quedó en segundo plano respecto a otros factores como el exotismo (Marruecos, Egipto, etc.), los restos arqueológicos (Grecia, etc.) o el paisaje natural (Mallorca, Menorca, etc.).

En 1936, la situación política y económica produce una parálisis en los viajes de placer y un clima de gran tensión recorre toda Europa. El 18 de julio estalló la Guerra Civil española, pero en Ibiza los hechos más sangrientos no se producirían hasta septiembre, aunque nadie era ajeno a la gravedad de la situación.

4. Fase de Implicación: El turismo renace (1939-1957)

En esta fase se produce la recuperación de los avances realizados en los años treinta y se crea un potente sector turístico que a finales de los años cincuenta ya no sólo es importante para la economía local sino que se está convirtiendo en el

principal sector económico (Cirer, 2004: 239). La Fase de Implicación se puede subdividir según la tendencia del crecimiento en dos partes. De 1939 a 1950 el desarrollo turístico es muy lento (o está estancado) debido a los efectos de la Guerra Civil Española, la Segunda Guerra Mundial y los primeros, y más duros, años de posguerra, bloqueo internacional y política autárquica. Estos elementos frenaron el desarrollo turístico durante los años cuarenta pero generaron una fuerte implicación de gran parte de la población local que dio sus frutos en los años cincuenta (Ramón, 2001). A partir de 1950 el sector turístico recupera y continúa por la senda que había iniciado antes de la Guerra Civil: aumenta la oferta de plazas, regresan los artistas e intelectuales y aparecen los *beatniks* (miembros de la contracultura surgida en los años 1950 en Estados Unidos, antecesora de los hippies, y caracterizada por el anticapitalista, el antiautoritaria, el individualista y la admiración por los autores de la generación Beat). Los turistas de esta época poseen el mismo perfil de la fase anterior pero predominan los franceses.

La Posguerra

La Guerra Civil Española y la II Guerra Mundial causaron la desaparición del turismo existente hasta la fecha. Años de trabajo para levantar el sector se habían desmoronado y era preciso volver a empezar. La situación hotelera en la isla era caótica. Desde 1936 y hasta el final de la Segunda Guerra Mundial los hoteles de la ciudad estuvieron ocupados militarmente y los de Santa Eulària cerrados, permaneciendo sólo abiertos los de Sant Antoni. Los únicos hospedajes que funcionaban en la ciudad eran Fonda la Marina y Fonda del Comercio, establecimientos de pequeñísima capacidad y larga tradición como hospedería (Cirer, 2004: 172, 183-184; Planells, 1984: 266; Ramón, 2001: 70).

En junio de 1946, se reinauguró el antiguo Gran Hotel con el nombre de Hotel Ibiza, ya que la nueva ley turística reservaba el apelativo de "Gran" a los hoteles de lujo. Sus nuevos responsables lograron que la ciudad contase con un hotel de calidad, pero económicamente fue un desastre (Cirer, 2004: 183-185; Ramón, 2001: 71-73). El 21 de septiembre de 1947 se produjo el restablecimiento de la línea Ibiza-Barcelona inaugurado en 1909 e interrumpido en 1936 por la Guerra Civil. Este servicio era importantísimo, no sólo para el servicio de los residentes, sino para incrementar la incipiente corriente de veraneantes. Pero las comunicaciones seguían siendo escasas y los problemas de suministros e infraestructuras limitaban el futuro del turismo (Cirer, 2004: 211; Ramón, 2001: 74; Torres, 1961).

A partir de 1949 aparecieron algunas normas que facilitaron la actividad turística (Cirer, 2004: 189).

En 1950 las camas ofertadas eran 481, mientras que en 1935 eran 473. Habían reabierto algunos establecimientos, otros no volvieron a abrir y se abrieron algunas pensiones nuevas, el resultado es que se estaba en 1950 en el punto en que se había quedado el desarrollo turístico antes de la Guerra Civil (Cirer, 2004: 216).

La década de los cincuenta: empieza el despegue del sector El levantamiento del embargo de la ONU a España, en 1950, propició un aumento en el número de viajeros llegados a la isla. En 1955 se establecieron servicios extraordinarios de transporte marítimo en los meses de julio, agosto y septiembre (Cirer, 2004: 211). Este hecho permitió aumentar de forma significativa las llegadas de turistas, principalmente españoles. El aeropuerto de Es Codolar fue aeródromo militar hasta el 1 de junio de 1958, cuando abrió al tráfico comercial (Soriano, 1996) pero funcionando de forma muy precaria. A partir de 1964 el aeropuerto de Ibiza pudo empezar a operar con normalidad, aunque los vuelos internacionales no pudieron aterrizar en el aeropuerto hasta que se habilitó la aduana en 1966 y el aeropuerto adquirió la categoría de internacional (Cirer, 2004: 213). Con la apertura del aeropuerto al tráfico internacional, el turismo de masas contratado por turoperadores comenzó a llegar y el turismo predominante pasó a ser el inglés.

Entre los turistas extranjeros, la nacionalidad dominante en un primer momento fue la francesa. Hasta 1957 los franceses eran más del 25% del total de turistas, pero después fueron perdiendo presencia en favor de los ingleses (Cirer, 2004: 210). Los primeros datos fidedignos de las entradas de turistas son del año 1954. De los años anteriores no hay más que algún testimonio aislado y datos muy indirectos (Cirer, 2004: 209). A partir de 1955, con el establecimiento de las líneas marítimas de verano, y de 1958, con la apertura del aeropuerto, se produce una aceleración en el crecimiento del número de llegadas, alcanzando en 1960 los 24.400 turistas alojados en hoteles. A lo que hay que añadir los turistas que alquilan habitaciones o casas y los que tienen una vivienda de su propiedad en la isla.

En 1950 las camas ofertadas eran 481 y, por tanto, se recuperaba el nivel anterior a la Guerra Civil. Entre 1950 y 1955 se produjo un significativo aumento de las plazas ofertadas, doblándose la oferta de alojamiento (1.014 camas). Entre 1955 y 1960 la oferta de plazas turísticas se triplicó, llegando a las 3.357 camas (Cirer, 2004: 216-218; Ramón, 2001: 80). La oferta de los años cincuenta y sesenta se caracterizaba por el predominio de las

plazas ofertadas en hostales y pensiones (Cirer, 2001).

La zona turística por excelencia era Sant Antoni. Hasta 1960 la bahía de Sant Antoni de Portmany concentraba entre la mitad y dos tercios de las plazas (Cirer, 2001; Cirer, 2004: 216-218) y casi monopolizaba el crecimiento en plazas y en turistas (Buades, 2004: 172). Esto era debido a que la situación era diferente entre Ibiza ciudad y Sant Antoni en lo que a restricciones morales se refiere. El hecho de que en 1936 los guardias destinados en la zona y el Ayuntamiento de Sant Antoni hicieran todo lo posible para que la guerra tuviera el mínimo impacto en Sant Antoni, permitió que sus establecimientos permanecieran abiertos y las normas referentes a la moral pública se relajaran enormemente. Esta diferencia hizo que el liderazgo que había tenido la capital en los años treinta se perdiera en favor de Sant Antoni.

En los años cincuenta se produjo la llegada de la segunda oleada de intelectuales y artistas a la isla, tras la de los años treinta. Esta segunda remesa vino atraída por la difusión que realizaron los visitantes de los años treinta en determinados ambientes culturales. El ambiente bohemio del París de la época fue el principal difusor de Ibiza como destino.

A partir de 1953, la isla recibe de nuevo a muchos de aquellos viajeros que escribían, pintaban, diseñaban, proyectaban o, simplemente, observaban y huían de un pasado traumático (Planells, 2002: 37-38) y que van conformando una nueva forma de vida que ya será descaradamente rupturista a finales de los cincuenta (Planells, 2002: 9): Erwin Broker, Alan Schmer, André Kuyten, Bert Schierbeeck, Carlos Dudek, Clifford Irving, Cornelis Bastiaan, David Walsh, Edith Sommer, Erwin Bechtold, Frank El Punto, Hans Laabs, Harry Mulisch, Heinz Trökes, Hugo Claus, Ignacio Aldecoa, Ingeborg, Ivan Spence, Jan Cremer, Jan Gerhard Toonder, Janet Frame, José Fin, Katya Meirovsky, Laurie Lee, Paul Brunswick, Paul Grant, Phil Hoffman, Rafael Azcona, Sioma Baram, Stephen Seley, Vert Schierbeeck, Waldemar Post, etc. Las bondades de la isla que atrajeron a los extranjeros son enumeradas de forma clara:

“Si a esa libertad absoluta para vivir de que se gozaba le sumamos una situación geográfica envidiable, la benignidad del clima, la buena ventura del mar Mediterráneo, las innumerables bellezas naturales de la isla aún vírgenes casi, la conservación de una ciudad antigua intacta y con vida [...], pues añadámosle como propina un coste de vida, una baratura de precios increíble, y comprenderemos facilísimamente que Ibiza se convirtiera en polo de atracción de artistas, bohemios y *bon vivants* del mundo entero” (de Castro, 2003: 173).

Era paradójico comprobar como muchos artistas que habían vivido la dictadura nazi afirmaban tener libertad en un estado dictatorial como era la España de la época. La única explicación era la desconexión con la sociedad ibicenca y la relajación de la represión en Ibiza (Rodríguez, 2003: 43).

En esta época es cuando llegó un grupo particular de personas, los *beatniks*, grupo contracultural de la época vinculado a las vanguardias (Cerdà y Rodríguez, 1999: 9-10; Planells, 2002: 14-15). Aunque la importancia numérica y las actividades de los *beatniks* fueron poco visibles al mezclarse con los artistas e intelectuales, su presencia en la isla desde 1955 hasta bien entrados los sesenta resulto importante para dar a conocer la isla a los miembros del movimiento hippie. La principal diferencia entre los *beatniks* y los hippies es el extremo individualismo de los primeros frente al espíritu comunitario y tribal de los últimos (Ramón, 2001).

En los años cincuenta, para competir con Mallorca, la industria turística ibicenca orientó la mayor parte de sus esfuerzos en ofrecer un producto diferenciado. Para ello recurrieron a explotar el encanto de Ibiza entre los artistas, *beatniks* y otros actores provenientes del exterior.

5. Fase de Desarrollo: El “boom” turístico (1958-1976)

En los años sesenta y setenta se produce una gran aceleración del crecimiento de la oferta y del número de turistas. En este periodo se producen los fenómenos del movimiento hippie, la aparición del empresariado hotelero contemporáneo y un gran desarrollo urbanístico (Ramón, 2001: 9). El boom de esos años representa sin duda un punto de inflexión en la historia de Ibiza, con sus ventajas y sus inconvenientes. E perfil de los turistas cambia. Los franceses llegados por mar son eclipsados por los británicos llegados en avión y con características más próximas a los psicocéntricos descritos por Plog (1974).

Los cambios que hicieron posible el boom turístico fueron la apertura del aeropuerto de Ibiza en 1958, la aprobación de diversas leyes de ámbito nacional que simplifican los formalismos de entrada en el país en 1959, la devaluación de la moneda española y una cierta apertura de España a capitales exteriores (Rozenberg, 1990: 134-135). Además llegan ayudas para financiar los hoteles desde el gobierno nacional y desde los turoperadores de los países emisores.

A partir de este momento los cambios en la sociedad insular se aceleran. La emigración dejará de ser necesaria y el campo se despoblará de agri-

cultores con rapidez. El turismo se convierte en la salvación a años de carencias y miserias (Ramón, 2001: 91). Ibiza, con unos diez años de retraso, sigue el ejemplo de Mallorca en su desarrollo turístico: fuertes concentraciones hoteleras al borde del mar, recurso a la financiación extranjera en ausencia de financiación estatal, etc. (Rozenberg, 1990: 136).

Esta fase se puede subdividir según la tendencia del crecimiento del sector en tres partes (Cirer, 2000). Entre 1958 y 1964 se produjo una importante aceleración de las llegadas de turistas y del volumen de plazas turísticas, coincidiendo con la mejora de los transportes que comunican Ibiza con el exterior. Tras las mejoras del transporte marítimo y aéreo, se produjo el boom turístico del periodo 1964-1973. Esta fase se caracteriza por los elevados incrementos anuales tanto en la oferta turística, como en la llegada de visitantes. Finalmente, la crisis del petróleo hace sentir sus efectos y de 1974 a 1976 cambia la tendencia. No hay bajada pero se detiene el crecimiento debido, principalmente, a la incertidumbre de la crisis, aunque los cambios políticos que vivió España en esos años es probable que influyeran (Ramón, 2001: 121-123).

En la prensa de la época se muestra el tópico de Ibiza como una isla caracterizada por el azul del mar y el cielo, por la luminosidad y el clima soleado, por un paisaje bucólico referenciado al mundo mitológico griego de los poemas épicos de Homero y por la tolerante hospitalidad de su población autóctona. La mayor parte de la prensa europea y nacional publicaban reportajes, abundantemente ilustrados, que representaban a Ibiza como el refugio de los marginales del mundo (Rozenberg, 1990). Desde entonces, los reportajes de la prensa escrita y de los medios audiovisuales, la publicidad e incluso las agencias de viajes y los turoperadores de los países de origen han contribuido enormemente a la perpetuación de la imagen de isla bohemia y festiva a través de los años, llegando hasta el día de hoy.

Los grupos vinculados a la contracultura tienen su máxima presencia mediática con los hippies. Los movimientos contraculturales se inician en los años cuarenta (con los *hipsters*, antecedente de los *beatniks*, y con un estilo de vida influenciado por el jazz) y cincuenta (*beatniks*), alcanzando su apogeo a finales de los años sesenta con los hippies. Entre finales de los sesenta y principios de los setenta se produce la dispersión de los hippies por el mundo, siguiendo una ruta de oeste a este. La ruta empezaba en San Francisco y llegaba a la India pasando por puntos intermedios como París, Ibiza, Creta, Goa o Estambul (Cerdà y Rodríguez, 1999: 13). El periodo 1968-1974 representa la época "clásica" de la contracultura y se ha convertido en el modelo a imitar por los movimientos posteriores.

Es como parte del éxodo de los integrantes de la contracultura como Ibiza se convierten en importante enclave del movimiento hippie.

Década de los sesenta

La década de los sesenta empezó con carencias en la oferta y el transporte, pero con el paso del tiempo se corrigieron en gran medida. Se establecieron enlaces directos con Barcelona, Valencia, Palma y Alicante y se mejoró el aeropuerto (Cirer, 2004: 211; Ramón, 2001: 92). El crecimiento del número de turistas a causa de las mejoras en las comunicaciones fue exponencial. Si en 1961 el número de visitantes fue de 42.742, en 1970 se situaría en 361.670. Definitivamente había empezado el boom turístico, dejando atrás las cifras testimoniales y convirtiéndose la industria turística en el negocio que más gente ocupaba (Cerdà y Rodríguez, 1999: 34, 43; Ramón, 2001: 96-97; Rodríguez, 2003: 86).

El aumento en el número de turistas fue acompañado de un aumento en el número de plazas en una proporción similar. En esta época, la mayor cantidad de fondos la aportaron los turoperadores, que anticipaban el dinero necesario para construir el hotel (Buades, 2004: 173; Ramón, 2001: 113-115). Es importante destacar el hecho de que entonces, la gran mayoría de quienes construían hoteles y apartamentos eran ibicencos o empresarios afincados en la isla. La penetración de compañías peninsulares o extranjeras sería posterior, aunque los empresarios insulares han sido siempre los que han dominado el sector.

Durante los sesenta se produjo la convivencia de distintos grupos humanos, y sus culturas: la población autóctona ibicenca, que aún vive del campo en una parte muy importante y empieza a trabajar en el turismo; los trabajadores de la península que vienen para trabajar en el sector turístico y huyen de la pobreza de sus pueblos; los individualistas *beatniks* que buscaban un lugar tranquilo y "oculto" al mundo moderno, y que están en retirada; los hippies que, envalentonados por las protestas sociales que azotan Europa occidental y Norteamérica, siguen los pasos de los *beatniks* pero poseen un comportamiento más gregario, y los turistas, cada vez más numerosos y más monocrómicos en lo que se refiere a nacionalidades.

A finales de los sesenta, Ibiza empieza a ser cara y aburrida para algunos artistas, ya no es un "refugio secreto y calmo" y se convierte en multitudinario punto de paso del movimiento hippie. Los artistas e intelectuales que frecuentaban la isla desde los años cincuenta empiezan a abandonar la isla dejando paso a los hippies, los cuales acapararon la atención de los medios de comunicación de la época hasta que a principios de los setenta se produce su declive, quedando reducidos a un folklorismo más en los ochenta. "El movimiento hippie fue

estúpido”, afirmó años después Carolyn Cassidy: “El movimiento hippie fue una vulgarización a ras de suelo, a la baja, del movimiento beat, pero con más luz, sonido y colorido y, evidentemente, con más repercusión en los medios” (Planells, 2002: 76).

Década de los setenta

La década de los setenta fue en esencia una continuación de las tendencias de los años sesenta pero con varias peculiaridades: el crecimiento del volumen de oferta y de llegadas de turistas es más lento que en la década previa, se produce el fin del fenómeno hippie, surge la primera oferta de discotecas de la isla como continuación de los pubs y salas de fiestas de los años cincuenta y sesenta, se produce un cambio de régimen político en España, la primera crisis económica desde la posguerra se cierne en la economía, se crean nuevas instituciones para organizar la oferta del sector, y aparecen las primeras voces que piden la limitación del crecimiento del sector.

Los años setenta fueron dominados por los hoteles de dos y tres estrellas, y la distribución de plazas es muy estable con la única salvedad de que Sant Antoni pierde cuota en favor de Sant Josep y Sant Eulària (Cirer, 2001). A diferencia de la década de los sesenta el incremento del número de plazas se moderó, aunque aún había volúmenes importantes de nueva oferta. La comunidad local que había permanecido de espaldas a la comunidad extranjera se vuelca de forma masiva en el nuevo sector como fuente de ingresos. A partir de ese momento el declive final del sector agrícola y ganadero de la isla y el incremento de la llegada de turistas anima a una rápida reconversión de los agricultores y pescadores en empleados del sector turístico. Pero el crecimiento del sector supera a la población nativa y atrae a trabajadores de fuera (Aguiló, Barros, García y Rosselló, 2004: 25), principalmente de la península (Extremadura y Andalucía).

Durante los setenta, la sociedad ibicenca se ve transformada por la gran inmigración que llega para trabajar en la industria turística. Una llegada que, si bien alcanzó cifras más importantes en los setenta, ya se hacía notar de manera ostensible a mediados de los sesenta, buena prueba de ello es la creación de una Oficina de Ayuda a los Inmigrantes (Rodríguez, 2003: 61). Esta llegada de población foránea a las islas provocó cambios en la sociedad muy significativos.

En los setenta desaparecieron los apoyos a las vanguardias artísticas y el volumen de turistas, ya muy importante, junto con el aumento de precios convirtió a bohemios, artistas, intelectuales y miembros de la contracultura en general en una

minoría a la vez que reliquia del pasado, sustituidos por los turistas que buscan vivir por unos días la libertad, el clima y las fiestas que aquellos vivían y que los medios de comunicación difundían.

6. Fase de Consolidación: Reflexiones sobre el turismo (1977-2000)

La Fase de Consolidación se puede subdividir según la tendencia del crecimiento del sector en tres partes (Cirer, 2000). De 1977 a 1988 se produce una expansión rápida y surgen los primeros movimientos críticos de importancia. De 1989 a 1992 se produce la crisis más fuerte del sector en toda su historia. A partir de 1993 se produjo un crecimiento en el número de turistas más acelerado que en los años ochenta. Es el periodo de mayores cifras de toda la historia y en el año 2000 se alcanza un máximo histórico. Durante esta fase el perfil predominante del turista es el de un británico joven, con características de psicocéntrico (Plog, 1974), afición por las discotecas (principalmente en los ochenta) y clase social baja (principalmente en Sant Antoni) o media.

A pesar de esta división en tres partes, a la hora de comentar la evolución del sector se divide en dos partes: antes de la crisis (años ochenta) y después de la crisis (años noventa). La crisis fue un importante toque de atención para la toma de medidas por parte de empresarios y administraciones. La Comunidad Autónoma de las Islas Baleares asumió las competencias de turismo en noviembre de 1983. El conjunto de legislación que fue aprobada desde la transferencia de competencias ordenó y restringió el crecimiento turístico en gran medida. El efecto sobre la oferta fue que en los años noventa se produjo una mejora cualitativa de la planta hotelera y el crecimiento en número de plazas se redujo al mínimo. Al entrar el siglo XXI la evolución de la oferta se fundamenta en mejoras cualitativas y no cuantitativas.

La década de los ochenta empezó bien pero terminó mal y a finales de la década una gran crisis comenzaba a cernirse sobre la isla, aunque sus efectos más desastrosos no se notarían hasta principios de los noventa. En los ochenta se asistió a una consolidación de la industria, a una mayor eficacia promocional y a un asentamiento del turismo en todos sus términos. En cuanto a la nacionalidad de los turistas, cabe mencionar el predominio de ingleses y alemanes. Este hecho es característico del conjunto de Baleares y crea una fuerte dependencia de la situación económica de estos dos países. Con el boom de las discotecas se incorporó el último elemento de la imagen de Ibiza que aún hoy perdura.

Si la fase de implicación tuvo como elemento característico la llegada de artistas de todo el mundo y la fase de desarrollo el movimiento hippie, la fase de consolidación posee los *nightclubs* como signo distintivo. Ya existían establecimientos precursores de las discotecas en la ciudad de Ibiza a finales de los cincuenta, pero las discotecas tal y como las conocemos hoy hicieron acto de presencia a lo largo de los setenta y en los ochenta se produjo un incremento de su número y dimensiones. Pacha, Angel's, Playboy, Amnesia y Ku constituían reclamos turísticos de fama mundial. De entre estas discotecas destacaba Ku como referente y símbolo de la vida nocturna de la isla (Ramón, 2001: 158-159). A principios de los noventa se produjo una reducción de este auge, en parte por los cambios de tendencia y en parte por la crisis turística general.

Las deficiencias del boom de los sesenta y los setenta, la falta de profesionalidad, la ausencia de normativas específicas para el sector y el relajamiento que producían unos beneficios seguros condujeron a una pérdida de calidad. Ello fue el detonante de una serie de problemas posteriores, como los turistas conflictivos, una política de precios a la baja por parte de los turoperadores y una imagen en el exterior que nunca había sido tan mala como lo sería en los ochenta (Ramón, 2001: 141). La proporción de turistas "conflictivos" fue siempre reducida en el conjunto de la isla, pero la capacidad de estos jóvenes para generar escándalo resultó muy importante, con la colaboración de los medios de comunicación británicos y españoles que magnificaron la situación.

La crisis que se produjo a finales de los ochenta y principios de los noventa puede achacarse a un conjunto de diversos factores (Ramón, 2001: 163): los cambios socio-culturales, políticos y económicos que se produjeron en la sociedad, cambios en el tipo de turistas y sus comportamientos, el exceso de oferta de plazas que se produjo a finales de los ochenta, la degradación de la oferta, y todo ello agravado por la adversa situación internacional provocada por la primera guerra del Golfo Pérsico. A ello, nosotros añadiríamos el incremento de la competencia consecuencia del crecimiento de la oferta en destinos turísticos emergentes.

La década de los noventa se caracteriza por la crisis de sus inicios y por el proceso de modernización y reflexión colectiva sobre el futuro de la actividad turística en la isla. Fue precisamente coincidiendo con la crisis cuando comienza a surgir una gran cantidad de normas destinadas a reconvertir los establecimientos para adaptarlos a las nuevas exigencias, y la conciencia medioambiental surgida en los ochenta se empieza a plasmar en medidas concretas (Ramón, 2001: 179). La crisis que azotó la isla entre finales de los ochenta y

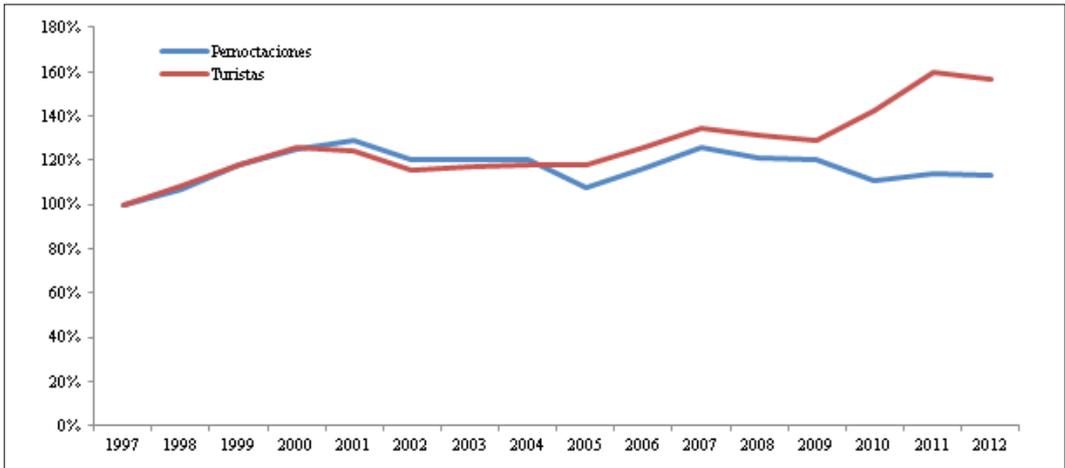
principios de los noventa fue muy grave y afectó a todos los sectores de la sociedad. Los responsables políticos apuntaron al exceso de oferta de plazas de alojamiento como una de las principales causas locales agravantes de la situación. Además la crisis hizo ver a los responsables de la Administración que era necesario confrontar a los turoperadores y empezar a tomar las riendas del canal de distribución, buscando los clientes por otros medios que no fueran los mayoristas.

A partir de 1994 se produjo una progresiva recuperación de las cifras de afluencia turística. En 1994, el número de llegadas internacionales al aeropuerto de Ibiza volvía a ser similar al registrado en 1987 (1.101.700 en 1987 y 1.189.100 en 1994), justo antes de la crisis (Ramón, 2001: 201-202). El crecimiento en el número de llegadas fue constante hasta llegar a su apogeo en 2000.

Tras el final de la crisis el crecimiento del número de plazas hoteleras fue muy moderado. Entre 1993 y 2000 el crecimiento acumulado anual de las plazas turísticas no llegó al 1%. Además el crecimiento se ha concentrado en los establecimientos de gama media-alta. Las nuevas construcciones fueron escasas, pero las remodelaciones y las obras de mejora afectaron a la mayor parte de la planta hotelera, implicando en muchos casos un aumento de categoría del establecimiento (Cirer, 2001).

7. Fase de Estancamiento: Rediseñar la oferta (después de 2000)

El máximo de afluencia de turistas que se produjo con el cambio de siglo parece marcar un antes y un después en la tendencia del sector. Antes se producía un crecimiento constante, más o menos intenso según las épocas, que sólo se veía interrumpido por descensos coyunturales debidos a crisis internacionales o problemas en los principales mercados emisores. Después del año 2000 se produce una tendencia caracterizada por oscilaciones entorno a los 1,8 millones de turistas anuales (Gráfico 1), con perfil parecido al de la fase anterior. En los últimos años ha incrementado el total de turistas por efecto de las aerolíneas de bajo coste, pero las pernoctaciones no (Gráfico 2). Se puede hablar de fase de estancamiento por dos motivos, aunque la cercanía del periodo estudiado fuerza a mantener una cierta cautela en las afirmaciones. Primero, la tendencia creciente de épocas anteriores desaparece sin una clara situación de crisis internacional que lo explique. Segundo, las personas vinculadas al sector tienen la percepción de que este estancamiento existe (Fehif, 2005: 13-16).

Gráfico 2: Turistas y pernoctaciones en Ibiza y Formentera (año base 1997).

Fuente: Ibestat, Observatorio de Turismo y elaboración propia.

Cuantitativamente la situación se puede definir como “sin novedad”, a causa de las pocas variaciones en número de turistas y en número de plazas de alojamiento. Cualitativamente se puede hablar de “esperanza”, por los crecientes proyectos que pretenden mejorar las infraestructuras turísticas, principalmente la planta hotelera, y atraer a turistas de mayor poder adquisitivo. Un ejemplo de estas acciones es el Plan de Excelencia Turística para la Platja d’en Bossa propuesto por Palladium Hotel Group (*Hosteltur*, 11 de febrero de 2013) y que ya se ha empezado a materializar en el Grand Palladium Palace Ibiza Resort & Spa, el Ushuaïa Ibiza Beach Hotel, The Ushuaïa Tower (*Hosteltur*, 27 de septiembre de 2012) y el Hard Rock Hotel Ibiza (*Diario de Ibiza*, 01 de agosto de 2013).

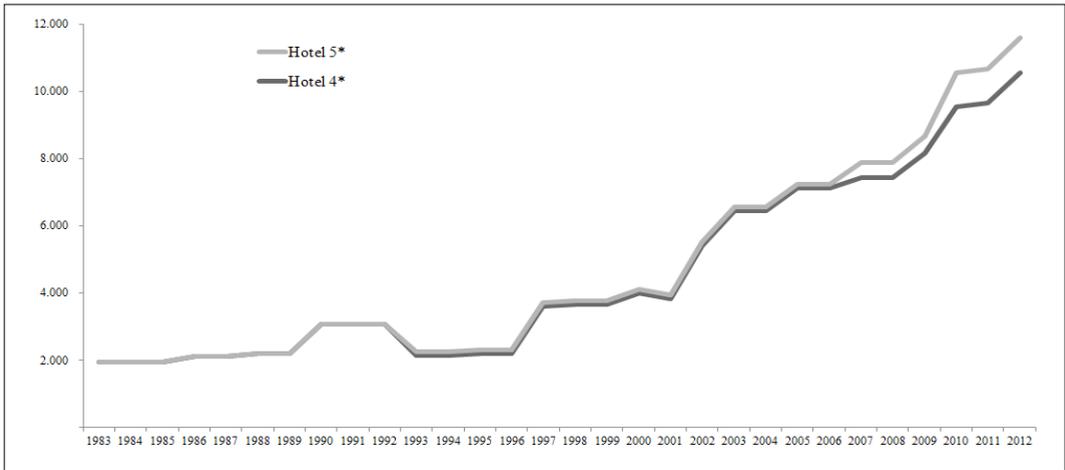
Hay que tener en cuenta que la Ley General Turística establecía que no se podían abrir nuevos establecimientos hoteleros si no eran de 4-5 estrellas y, además, las nuevas plazas debían ser a costa de la amortización de plazas existentes. Según datos del Ibestat en 1999 había un hotel de cinco estrellas (116 plazas) y 12 de cuatro estrellas (3.968 plazas) y en 2012 seis de cinco estrellas (1.035 plazas) y 33 de cuatro estrellas (10.567 plazas). En cambio, según la misma fuente, en 1999 había 542 establecimientos (79.654 plazas) y en 2012 551 establecimientos (79.565 plazas). Mientras que la oferta de mayor categoría a aumentado de forma significativa (por encima del 180%), la oferta global sólo ha variado el 1,66% en establecimientos y el -0,11% en plazas. Esta mejora cualitativa de la oferta turística (Gráfico 3), combinada con el mantenimiento del volumen de plazas (Gráfico

4) parece indicar que ha calado en el sector la sensación de estancamiento cuantitativo y que ante la amenaza de un declive es necesario buscar un mejor posicionamiento en los mercados turísticos, especialmente atrayendo a los grupos sociales de mayor renta y aumentando los atractivos de la isla.

La promoción turística de la isla se sigue centrando en el ocio nocturno, principalmente, y en el clima, es decir sol y playa. Pero, en los últimos años, Ibiza acapara un gran volumen de noticias referentes a la presencia de famosos y está añadiendo a su imagen previa el glamur. En consecuencia el sector redirige la imagen de la isla hacia una combinación de libertad y vida alternativa, herencia hippie, con una imagen de glamur, sofisticación y lujo. El producto ofrecido no cambia pero se busca orientarlo hacia segmentos de mayor poder adquisitivo.

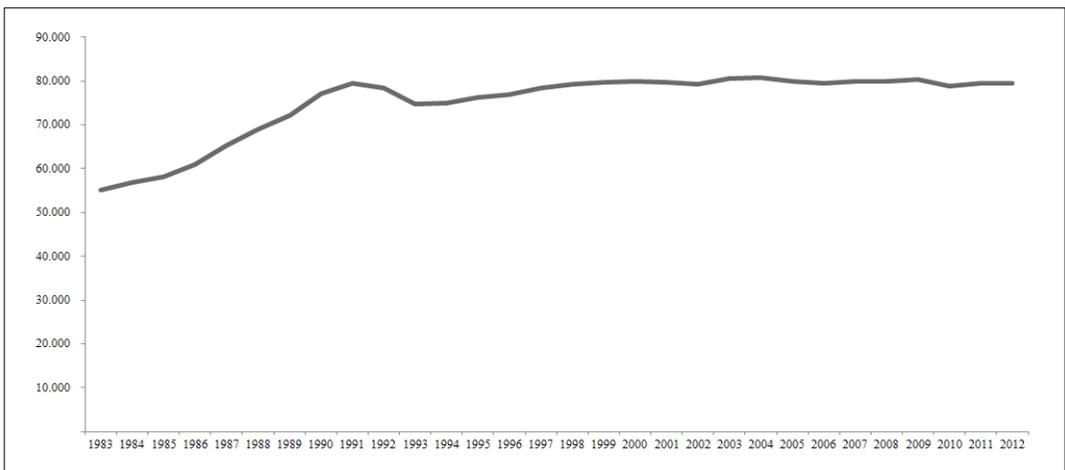
Las cifras de turistas para el global de Baleares tienen una tendencia que induce a pensar que la situación de estancamiento no es algo propio de Ibiza sino que se produce en todo el archipiélago, según datos del Ibestat y el Observatorio de Turismo de la Caib. Pero es necesario descartar una tendencia general comparando con otras regiones de España. En el Cuadro 1 vemos que Baleares tiene un crecimiento casi nulo y muy inferior al de otras regiones. El resultado es un peso decreciente sobre el total nacional, pasando del 20,51% en 2001 al 17,52% en 2008. Ello hace pensar que los resultados de Baleares son debidos a elementos internos y no a la evolución general del sector o la economía.

Gráfico 3: Plazas en hoteles de cuatro y cinco estrellas en la isla de Ibiza.



Fuente: Ibestat

Gráfico 4: Plazas en alojamientos turísticos en la isla de Ibiza.



Fuente: Ibestat

8. Conclusiones

Ibiza parece seguir las pautas del modelo expuesto por Butler (1980) con gran exactitud y sólo se difumina este hecho por los impactos negativos externos que padece (Guerra Civil Española, II Guerra Mundial, embargo internacional, crisis económicas internacionales, etc.), causando una demora en el proceso. Las fases detectadas en Ibiza son muy parecidas a las que se observan en Grand Isle (Meyer-Arendt, 1985) con ligeros

matices, como el efecto de los huracanes en Grand Isle, el desarrollo cronológicamente posterior de Ibiza (en gran parte por las dificultades de acceso a Ibiza desde grandes ciudades cercanas), y que en Grand Isle llegaron primero turistas con alto nivel de renta y después intelectuales (hecho típico en los destinos turísticos desarrollados primero) mientras que en Ibiza los intelectuales fueron la primera oleada de turistas (elemento peculiar de Ibiza y que se ha dado en algunos otros destinos de desarrollo simultaneo o posterior).

Cuadro 1: Variación en el número de turistas recibidos en España.

	2001	2008	variación
Murcia	398.012	790.210	98,54%
La Rioja	33.141	63.634	92,01%
Aragón	237.917	434.825	82,76%
Extremadura	132.006	229.569	73,91%
Madrid	2.967.935	4.615.616	55,52%
Cataluña	9.683.337	14.344.333	48,13%
Asturias	126.661	181.493	43,29%
Castilla - La Mancha	134.926	187.039	38,62%
Cantabria	234.268	320.277	36,71%
Galicia	703.367	932.870	32,63%
Comunitat Valenciana	4.388.403	5.713.312	30,19%
Total España	48.565.344	57.192.013	17,76%
Castilla y León	864.796	999.334	15,56%
Navarra	162.802	188.124	15,55%
País Vasco	735.370	838.751	14,06%
Andalucía	7.591.511	7.975.202	5,05%
Illes Balears	9.961.947	10.020.782	0,59%
Canarias	10.208.945	9.356.641	-8,35%

Fuente: INE

Probablemente, uno de los aspectos más distintivos del caso de Ibiza es que determinadas tipologías de visitantes, que se establecieron en las fases de exploración e implicación (artistas, intelectuales, hippies...), y su forma de vida bohemia e interrelación con la población local, acabaron convirtiéndose en uno de los principales atractivos, a diferencia de otros destinos coetáneos. Posiblemente, este hecho sea debido a las características de la sociedad tradicional de la fase Preturística.

A partir de los estudios de caso revisados y del presente estudio se pueden realizar algunas matizaciones para mejorar el modelo de Ciclo de Vida del Destino Turístico propuesto por Butler (1980):

- Parece lógico introducir una fase Preturística en el modelo para mostrar el punto de partida del destino. Una región con potencial turístico existe y, seguramente, se encuentra habitada mucho antes de que se plantee su desarrollo turístico y conocer esa realidad puede resultar de gran interés para comprender la imagen y evolución posterior. Esta ampliación no aparece en la bibliografía consultada y ayuda a comprender en gran medida lo sucedido en destinos como Ibiza.
- El CVDT se ve alterado por elementos limitadores (guerras, crisis, desastres naturales, etc.) o catalizadores (financiación externa, mejora de infraestructuras, cambios sociales, etc.) del crecimiento turístico, tanto de la oferta como de la demanda. En el caso de Ibiza, la Guerra Civil y las crisis económicas internacionales fueron frenos del crecimiento, y la postguerra (por fomentar la implicación de los residentes), el aeropuerto y la financiación de los turoperadores aceleraron el crecimiento. Estos elementos son mencionados en la literatura (Butler, 2006b, 2012) pero pueden ser tan importantes como para determinar el cambio de fase.
- Las fases de Exploración, Implicación y Desarrollo poseen una evolución determinada por las restricciones al crecimiento de la oferta (falta de financiación, know-how, etc.) y la demanda (mercados emisores, medios de transporte, etc.). La reducción de la tasa de crecimiento que se produce en la fase de Consolidación es debida a que empiezan a alcanzarse los límites de algunas capacidades de carga. Estos límites pueden aumentar con el tiempo (Butler, 2006b) permitiendo el crecimiento durante la fase de

Consolidación. Cuando las capacidades de carga llegan a su límite detienen el crecimiento y se entra en la fase de Estancamiento. En este momento es fundamental la gestión del destino para evitar el declive (Butler, 2012).

- Estudios como el de Meyer-Arendt (1985) y este sugieren que la entrada en la fase de estancamiento no es suave, sino que se produce un frenazo del crecimiento, seguido de un descenso y una posterior estabilización de las cifras. La estrategia aplicada en Ibiza en esta fase no ha implicado un cambio brusco de producto porque ya tenía un cierto grado de especialización y diferenciación.
- Para la correcta aplicación del CVDT es necesario tener en cuenta que el área estudiada debe ser una región comercializada como un solo producto. Si el área estudiada es mayor a la región normalmente comercializada, probablemente contenga más de un destino turístico y la evolución turística obtenida no coincidirá con el modelo de CVDT por ser la suma de varios CVDT asincrónicos. La correcta definición del destino turístico es mencionada por Butler (2012) y es clave para el correcto uso del modelo.
- Para representar la evolución del destino es necesario analizar diversas variables pero, normalmente, la variable principal es el volumen de turistas. Esta variable es útil si el perfil de los turistas es estable. En el caso de Ibiza se puede suponer esta estabilidad desde 1950 a 2004, dados los datos disponibles (Observatorio de Turismo; Ramón, 2001), y los datos del aeropuerto eran una buena aproximación, pero las aerolíneas de bajo coste han alterado este perfil significativamente, aumentando el volumen de turistas mientras desciende la estancia media. Este cambio se observa en el Gráfico 2 y ha sido corregido en el Gráfico 1. Esta posibilidad es mencionada por Butler (2012), pero la importancia de las aerolíneas de bajo coste y los cruceros hacen recomendable sustituir turistas por pernoctaciones, de forma general, para mejorar la representación.
- Cuanto más reciente es el desarrollo del destino más rápido evoluciona por las distintas fases del modelo, debido al aumento de los recursos externos (financiación, know-how, etc.) disponibles.

Por tanto, se propone como mejoras del modelo: introducir una fase Preturística para describir la sociedad tradicional y comprender mejor la posterior evolución; los elementos limitadores o catalizadores del desarrollo turístico pueden marcar los puntos de separación entre fases; la región estudiada debe

coincidir con el producto normalmente comercializado; usar como variable principal de medición las pernoctaciones; restricciones, capacidades de carga y recursos disponibles tienen gran relevancia en la determinación de la curva del CVDT de cada destino, y la entrada en la fase de estancamiento puede implicar una corrección brusca.

Bibliografía

- Agarwal, S.
1997 "The resort cycle and seaside tourism: An assessment of its applicability and validity". *Tourism Management*, 18(2): 65-73.
- 2002 "Restructuring seaside tourism. The Resort Lifecycle". *Annals of Tourism Research*, 29(1): 25-55.
- Aguiló, E., Barros, V., García, M. A. y Rosselló, J.
2004 *Las actitudes de los residentes en Baleares frente al turismo*. Turisme i Investigació n.º 7. Palma de Mallorca: Universitat de les Illes Balears.
- Akama, J. S.
1999 "The evolution of Tourism in Kenya". *Journal of Sustainable Tourism*, 7(1): 6-25.
- Allen, L. R., Hafer, H. R., Long, P. T. y Perdue, R. R.
1993 "Rural residents' attitudes toward recreation and tourism development". *Journal of Travel Research*, 32(1): 27-33.
- Baker, R. J.
1983 *An Analysis of Urban Morphological and Tourist Precincts within Selected Coastal Resort of the Port Stephens, Great Lakes Area, New South Wales*. Unpublished master thesis, University of England, New South Wales.
- Baum, T.
1998 "Taking the exit route: extending the tourism area life cycle model". *Current Issues in Tourism*, 1, 167-175.
- Benedetto, C. A. y Bojanic, D. C.
1993 "Tourism Area Life Cycle extensions". *Annals of Tourism Research*, 20(3): 557-570.
- Bianchi, R.
1994 "Tourism development and resort dynamics: an alternative approach". *Progress in Tourism, Recreation and Hospitality Management*, 5(2): 181-193.
- Buades, J.
2004 *On Brilla el Sol. Turisme a Balears abans del Boom*. Eivissa: Res Pública Edicions.
- Butler, R. W.
1980 "The concept of a tourist area cycle of evolution: Implications for the management of resources". *The Canadian Geographer*, 24(1): 5-12.

- 2006a *The Tourism Area Life Cycle. Vol. 1. Applications and Modifications*. Clevedon: Channel View Publications.
- 2006b *The Tourism Area Life Cycle. Vol. 2. Conceptual and Theoretical Issues*. Clevedon: Channel View Publications.
- 2012 "Mature Tourist Destinations: Can we recapture and retain the magic?" En Vera, J. F. y Rodríguez, I. (eds.). *Renovación y reestructuración de destinos turísticos en áreas costeras. Marco de análisis, procesos, instrumentos y realidades* (pp. 19-36). València: Publicacions de la Universitat de València.
- Cerdà, J. y Rodríguez, R.
- 1999 *La repressió franquista del moviment hippy a Formentera (1968-1970)*. Eivissa: Res Pública Edicions.
- Cirer, J. C.
- 1998 *L'economia d'Eivissa i Formentera en el segle XIX (1782-1900)*. Palma de Mallorca: Edicions Documenta Balear S.L.
- 2000 Els moviments de passatgers a l'aeroport d'Eivissa (1964-1999). En *Estudis sobre turisme a Eivissa i Formentera* (pp.73-95). Eivissa: Editorial Mediterrània-Eivissa.
- 2001 Evolució de l'oferta de places turístiques a Eivissa i Formentera (1950-2000). En *Estudis sobre turisme a Eivissa i Formentera 2* (pp. 73-93). Eivissa: Editorial Mediterrània-Eivissa.
- 2002 *L'economia d'Eivissa i Formentera en el segle XX*. Palma de Mallorca: Edicions Documenta Balear S.L.
- 2004 *De la fonda a l'hotel. La Gènesi d'una Economia Turística*. Palma de Mallorca: Edicions Documenta Balear S.L.
- 2009 *La invenció del turisme de masses a Mallorca*. Palma de Mallorca: Edicions Documenta Balear S.L.
- Cooper, C. P.
- 1990 "The life-cycle concept and tourism". *Tourism in the 1990s' Conference* (University of Durham, UK).
- Cooper, C. P. y Jackson, S.
- 1989 "Destination life cycle: The isle of Man case study". *Annals of Tourism Research*, 16 (3): 377-398.
- de Castro, F. G.
- 2003 *La isla perdida. Memoria de una época de Ibiza*. Eivissa: Editorial Mediterrània-Eivissa.
- Debbage, K. G.
- 1990 "Oligopoly and the resort cycle on the Bahamas". *Annals of Tourism Research*, 17(4): 513-527.
- Diario de Ibiza
- 2013 *Ibiza Tendrá el primer complejo Hard Rock Hotel de Europa*.
- Fajarnés, E.
- 1995 *Lo que Ibiza me inspiró*. Eivissa: Consell Insular d'Eivissa i Formentera.
- Federación Hotelera de Ibiza y Formentera (Fehif)
- 2005 *Ibiza. Plan Estratégico de Marketing 2005-2010*. Eivissa: Federación Hotelera de Ibiza y Formentera.
- Fernando, J. (Coord.), López, F., Marchena, M. J. y Anton, S.
- 2011 *Análisis territorial del turismo y planificación de destinos turísticos*. Valencia: Editorial Tirant Lo Blanch.
- Foster, D. M. y Murphy, P. E.
- 1991 "Resort cycle revisited: the retirement connection". *Annals of Tourism Research*, 18(4): 553-567.
- Gale, T.
- 2005 "Modernism, post-modernism and the decline of british seaside resorts as long holiday destinations: A case study of Rhyl, North Wales". *Tourism Geographies*, 7(1): 86-112.
- Getz, D.
- 1992 "Tourism planning and destination life cycle". *Annals of Tourism Research*, 19(4): 752-770.
- 1994 "Resident attitudes towards tourism: a longitudinal survey in Spey Valley, Scotland". *Tourism Management*, 15(4): 247-258.
- Haywood, K. M.
- 1986 "Can the tourist area life cycle be made operational?". *Tourism Management*, 7(3): 154-167.
- Hosteltur
- 2012 *Ushuaia Ibiza Beach Hotel se ampliará con otro Hotel de 8 plantas*.
- 2013 *El Plan de Excelencia de Matutes creará 3.000 empleos*.
- Hovinen, G. R.
- 1982 "Visitor cycles. Outlook for tourism in Lancaster County". *Annals of Tourism Research*, 9(4): 565-583.
- 2002 "Revisiting the destination lifecycle model". *Annals of Tourism Research*, 29(1): 209-230.
- Ioannides, D.
- 1992 "Tourism development agents. The cypriot resort cycle". *Annals of Tourism Research*, 19(4): 711-731.
- Lankford, S. V.
- 1994 "Attitudes and perceptions toward tourism and rural regional development". *Journal of Travel Research*, 24(3): 35-44.
- Méndez, T.
- 2001 "Prólogo". En Ramón, E., *Historia del turismo en Ibiza y Formentera. 1900-2000*. Eivissa: Genial Ediciones Culturals, 5-7.
- Meyer-Arendt, K. J.
- 1985 "The Grand Isle, Louisiana resort cycle". *Annals of Tourism Research*, 12(3): 449-465.

- Morgan, M.
1991 "Dressing up to survive: marketing Majorca anew". *Tourism Management*, 12(1): 15-20.
- Oglethorpe, M. K.
1984 "Tourism in Malta: A Crisis of Dependence". *Leisure Studies*, 3(2): 147-161.
- Papathodorou, A.
2004 "Exploring the evolutions of tourism resorts". *Annals of Tourism Research*, 31(1): 219-237.
- Perdue, R. R., Long, P. T., y Allen, L.
1990 "Resident support for tourism development". *Annals of Tourism Research*, 17(4): 586-599.
- Planells, A.
1984 *Ibiza y Formentera, ayer y hoy*. Barcelona: Antonio Planells Ferrer.
- Planells, M.
1986 *Ibiza, la senda de los elefantes*, volumen II. Barcelona: Ediciones Obelisco S. A.
- 2002 *El nacimiento de Babel -Ibiza años 60-*. Eivissa: José Ferrer y Vicent Guillamó.
- Plog, S. C.
1974 "Why destination areas rise and fall in popularity". *Cornell Hotel and Restaurant Administration Quarterly*, 14(4): 55-58.
- Prideaux, B.
1996 "The tourism life-cycle: A beach destination study". En Pizam, A., y Mansfield, Y. (Eds.), *Tourism, crime and international security issues*. Chichester: Wiley.
- 2000 "The Resort Development Spectrum (a New Approach to modeling Resort development)". *Tourism Management*, 21(3): 225-240.
- Priestley, G. y Mundet, L.
1998 "The post-stagnation phase of the resort cycle". *Annals of Tourism Research*, 25(1): 85-111
- Pulina, M., Dettori, D. G. y Paba, A.
2006 "Life cycle of agrotouristic firms in Sardinia". *Tourism Management*, 27(5): 1006-1016.
- Ramón, E.
2001 *Historia del turismo en Ibiza y Formentera. 1900-2000*. Eivissa: Genial Ediciones Culturals.
- Richardson, S.
1986 "A Product Life Cycle Approach to Urban Waterfronts: The Revitalization of Galveston". *Coastal Zone Management Journal*, 14, 21-46.
- Rodríguez, R.
2003 *Avantguarda artística i societat a Eivissa (1933-1985)*. Eivissa: Res Pública Edicions.
- Rozenberg, D.
1990 *Ibiza, una isla para otra vida: inmigrantes utópicos, turismo y cambio cultural*. Madrid: Centro de Investigaciones Sociológicas.
- Rubert, X.
1985 "Del Mediterráneo como mito cultural". En *Arquitectura y espacio rural en Ibiza*. Palma: Colegio de Arquitectos de Baleares.
- Russell, R. y Faulkner, B.
2004 "Entrepreneurship, chaos and the tourism areal lifecycle". *Annals of Tourism Research*, 31(3): 556-579.
- Sedmak, G. y Mihalic, T.
2008 "Authenticity in mature seaside resorts". *Annals of Tourism Research*, 35(4): 1007-1031.
- Serra, A.
2002 *Marketing turístico*. Madrid: Ediciones Pirámide.
- Smith, R. A.
1992 "Beach resort evolution: implications for planning". *Annals of Tourism Research*, 19(2): 304-322.
- Soriano, F.
1996 *Pequeña historia del turismo en las Baleares*. Palma de Mallorca: Bitzoc.
- Torres, J.
1961 "Las comunicaciones marítimas con Ibiza". *Boletín de la Cámara Oficial de Comercio, Industria y Navegación de Palma de Mallorca* n.º 630.
- Vuillier, G.
2000 *Les Illes Oblidades. Viatge a Eivissa*. Eivissa: Res Pública Edicions.
- Weaver, D. B.
1990 "Grand Cayman Island and the Resort Cycle Concept". *Journal of Travel Research*, 29(2): 9-15.
- Wilkinson, P. F.
1987 "Tourism in small island nations: A fragile dependence". *Leisure Studies*, 26(2): 127-146.

Recursos electrónicos

- AENA: <http://www.aena.es> (Consultado el 30/07/2013)
- Federación Hotelera de Ibiza y Formentera (Fehif): <http://www.fehif.net> (Consultado el 30/07/2013)
- Ibestat: <http://ibestat.caib.es> (Consultado el 30/07/2013)
- INE: <http://www.ine.es> (Consultado el 31/07/2012)
- Observatori de Turisme: <http://observatoridelturisme.caib.es> (Consultado el 30/07/2013)

Recibido: 11/12/2012
Reenviado: 26/04/2014
Aceptado: 28/04/2014
Sometido a evaluación por pares anónimos



[Home](#) [t-FORUM](#) [About](#) [Call for papers](#) [Committees](#) [Invited Speakers](#) [Programme](#) [Registration](#) [Logistic Info](#) > [Sponsorship/Exhibitors](#) [Contacts](#)

The Tourism Intelligence Forum (t-FORUM) announces its **t-FORUM 2015 Global Conference: *Tourism Intelligence in Action***, to be held in Naples, Italy, from 4 to 7 May 2015. The Conference is co-organized and supported by the Institute for Service Industry Research of the National Research Council (CNR - IRAT). [more...](#)

Invited Speakers

Keynote Speakers



Eduardo Fayos-Solà
President of the Ulysses Foundation,
Spain



Luigi Nicolais
President of the National Research
Council, Italy



Casimir Platzer
President of the International Hotel
and Restaurant Association,
Switzerland

The Tourism Intelligence Forum announces its t-FORUM 2015 Global Conference: Tourism Intelligence in Action, Naples, Italy, 4-7 May 2015 (<http://www.thetourismforum.com/globalconference>). Academic and industry colleagues in tourism are invited to submit papers for presentation and for eventual publication.

The t-FORUM is a global institution with the core mission of bridging tourism theory and practice for development by transferring knowledge (t-Intelligence) to and among tourism sectors. Its unique strategy is to link and engage destinations, tourism businesses, and education and research institutions. With the accomplishment of this mission, the global position of tourism as an instrument for knowledge/culture, sustainability and development, in the context of inclusive governance, is advanced.

The t-FORUM 2015 Global Conference: Tourism Intelligence in Action is an opportunity for members of academia, destination management organizations, and tourism businesses to showcase a collaborative participation in a highly visible international conference. It will feature renowned keynote speakers, academic and professional sessions, inter-disciplinary and inter-professional meetings, workshops on destinations, book and journal coverage for selected contributions by academicians and practitioners, and best paper awards presented by The Tourism Intelligence Forum, plus a unique Naples Italian experience

t-FORUM 2015 Global Conference: *Tourism Intelligence in Action*

Naples, Italy, 4-7 May 2015

<http://www.thetourismforum.com/globalconference>

Nota de investigación

La réserve de biosphère de l'arganeraie: un nouvel Eco-territoire touristique au sud du Maroc

Hassan Aboutayeb*

Université Ibn Zohr d'Agadir (Marruecos)

Résumé: La réserve de biosphère de l'arganeraie (RBA) est un territoire unique au sud du royaume du Maroc. Elle a décroché ce statut en 1998 grâce à son écosystème, sa forêt d'arganier unique au monde et les multiples activités socioculturelles Amazighes (berbères) qui en découlent. La RBA regorge de potentialités touristiques naturelles, humaines et culturelles.

Aujourd'hui, il est primordial de mettre en place un Eco-territoire touristique dans cette région. Cela nécessite, tout d'abord, une parfaite connaissance de ce territoire et de ses enjeux ainsi qu'une approche intégrée et concertée avec l'ensemble des acteurs locaux. L'implémentation d'une stratégie globale et participative pourra intégrer la sauvegarde et la valorisation du patrimoine naturel et socioculturel, la mise à niveau de la qualité de l'offre, une promotion globale du territoire et de ses produits touristiques et un système d'autoévaluation de l'ensemble des actions menées dans la RBA.

Mots Clés: tourisme rural, réserve de biosphère de l'arganeraie, développement durable, éco-territoire, gouvernance.

The biosphere reserve of the argan tree: Eco-tourism a new territory South of Morocco

Abstract: The Argan Biosphere Reserve (ABR) is a unique territory in the South of Morocco. It has obtained this status in 1998 thanks to its ecosystem, its unique forest in the world and its numerous cultural Amazigh (Berber) activities. The ABR has a strong natural, human and cultural potential as far as tourism is concerned.

Nowadays, it is essential to establish a tourism eco-territory in this region. This requires, first of all, a perfect knowledge of the territory and its issues and the implementation of an integrated and coordinated approach with all the local stakeholders. The implementation of a comprehensive and participatory strategy will integrate the protection and development of the natural and socio-cultural heritage, the improvement of the quality of tourism structures, the global promotion of the territory and its tourism products as well as a self-assessment of every action in the ABR.

Key Words: rural tourism, argan biosphere reserve, sustainable development, eco-territory, governance.

1. Introduction

Au Maroc, depuis plusieurs décennies, l'agriculture qui constituait un catalyseur de développement pour les zones rurales est devenue une activité socio-économique de plus en plus

précaire. Sécheresses structurelles et accélération de la désertification, manque de main d'œuvre et paupérisation, et dégradation croissante de ressources vulnérables en sont les principales causes. Dans ce contexte, les pouvoirs publics ont lancé plusieurs programmes ambitieux pour

* Doctorant, Laboratoire de Géo-patrimoine & Géo-matériaux, Faculté des Sciences, Université Ibn Zohr d'Agadir; E-mail: hassanaboutayeb@gmail.com

tenter de répondre à cette situation. Parmi ceux-ci, le tourisme rural est devenu un des axes stratégiques de ces nouvelles orientations en direction des arrières pays et des zones rurales les plus pauvres, avec notamment: la stratégie nationale de développement du tourisme rural¹ élaborée en 2002 en collaboration avec l'OMT et le PNUD.

Au-delà de la lutte contre la pauvreté en zone rurale, cette stratégie avait un autre avantage pour le secteur touristique. Il s'agissait également de mieux réorienter les flux touristiques concentrés le plus souvent sur quelques pôles urbains classiques et ainsi de diversifier l'offre avant que celle-ci ne soit qualifiée de vieillissante ou saturée (Berriane 2002, Hillali 2008).

Le nouvel ancrage territorial renforcé et redynamisé par le tourisme rural permettrait également de valoriser les particularismes socio-culturels et patrimoniaux régionaux. D'un point de vue politique, cela pourrait contribuer à mieux intégrer les expressions identitaires territoriales telle «l'Amazighité²» en objet d'attractivité touristique plutôt qu'en revendication sociale. Ces identités pourraient dorénavant mieux s'affirmer et permettre de donner une image plus conforme à la réalité par rapport à celle préconçue qu'ont parfois les visiteurs sur ces communautés ou qui sont véhiculées dans les brochures ou guides touristiques.

Un second objectif était associé au premier: celui de la préservation de l'environnement. En effet, le Maroc possède de nombreuses aires protégées avec des taux d'endémisme exceptionnels, tant au niveau de la faune que de la flore, qui attirent de nombreux touristes ce qui n'est pas sans poser de problèmes environnementaux. L'augmentation mal contrôlée du tourisme dans certaines zones sensibles, l'absence d'une législation touristique dédiée à ces espaces et le manque d'encadrement ont parfois eu des conséquences négatives sur les écosystèmes fragiles. C'est notamment le cas du parc national du Toubkal dont la situation est assez préoccupante tout particulièrement en termes de capacités de charge et de gestion de déchets. La mise en place d'un tourisme rural durable dans les aires protégées marocaines avait le potentiel de devenir un outil efficace de conservation du milieu.

Mais, le Maroc, face à ce défi complexe et nouveau, a sollicité l'appui d'instances internationales. Ainsi, en 1998, une candidature de classement pour l'arganeraie en tant que réserve de biosphère a été adressée avec succès à l'UNESCO. La première réserve de biosphère marocaine: la réserve de biosphère de l'arganeraie (RBA) était créée dans le sud-ouest marocain afin d'une part de protéger son écosystème, la forêt d'arganiers unique au monde et d'autre part les multiples activités socioculturelles

Amazighs (berbères) liées et indissociables de ce milieu. Le tourisme rural, national et international, dans cette réserve allait prendre une nouvelle dimension et servir de modèle aux autres aires protégées.

Dès lors, en quoi le tourisme rural peut-il participer au développement d'une réserve de biosphère? et à l'heure actuelle, cette volonté de protection et de valorisation à travers le tourisme rural de la RBA a-t-elle porté ses fruits? Après un diagnostic de l'activité touristique dans ce territoire, nous aborderons la question de la gouvernance choisie et des jeux d'acteurs qui influencent ce territoire.

2. Le tourisme rural dans les réserves de biosphère

1.1 Le concept de réserve de biosphère

Lancé en 1971 dans le cadre du programme MAB de l'UNESCO, le concept de réserve de biosphère (RB) regroupe actuellement 621 aires protégées dans 117 pays. Ces réserves sont «des aires portant sur des écosystèmes ou une combinaison d'écosystèmes terrestres et côtiers/marins, reconnues au niveau international dans le cadre du programme de l'Unesco sur l'Homme et la Biosphère (MAB)»³

En mettant l'être humain au centre de la problématique de préservation et de développement des aires protégées, l'objectif du concept de la RB consiste à «établir un équilibre durable entre ces buts souvent conflictuels que sont la conservation de la diversité biologique, la promotion de développement humain et la préservation des valeurs culturelles qui leurs sont associées» (UNESCO, Secrétariat du MAB, 2003).

Figure 1: Schéma des fonctions d'une réserve de biosphère⁴

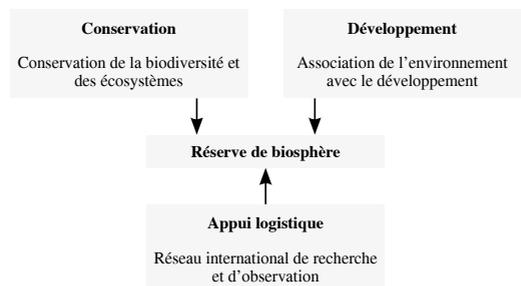
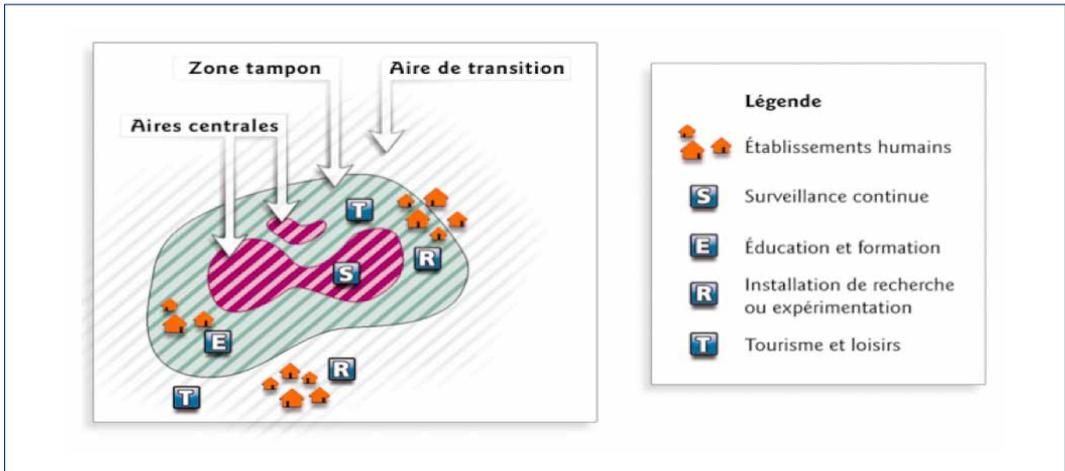


Figure 2: Zonage d'une réserve de biosphère, d'après l'UNESCO, 2000



Les trois fonctions illustrées dans le schéma dessus sont déclinées dans le cadre d'un zonage en trois zones concentriques à trois niveaux :

- *L'aire centrale*: cette zone au cœur de la réserve doit être protégée avec une protection stricte et intégrale car elle remplit la fonction de conservation;
- La zone tampon: elle assure la transition entre la zone de protection intégrale et la zone propice aux activités de développement et doit donc être clairement identifiée et identifiable. Elle peut servir de support d'activités coopératives non destructrices comme la recherche scientifique, l'éducation et la formation, l'écotourisme;
- La zone de transition souple: située à mi-chemin entre la réserve et l'extérieur, cette zone sert au développement afin que les populations locales puissent s'installer et utiliser durablement les ressources disponibles.

1.2 Le tourisme rural vecteur de développement et de conservation des réserves de biosphère

Le tourisme rural peut permettre la valorisation de la réserve de biosphère à condition de savoir concilier et apporter une cohérence entre les intérêts du tourisme et les impératifs de conservation de la biodiversité. Pour cela, le tourisme est nécessairement pensé en termes de durabilité.

1.2.1 Impacts positifs du tourisme

Le tourisme dans les réserves de biosphère peut offrir certains avantages d'ordre financier, sociaux et économiques notamment :

- la création de revenus pour la conservation et la valorisation des ressources: droits d'entrée, concessions, dons, adhésion à une association des «amis» du site en vue d'une image et d'un soutien international, vente, logement, restauration, guidage, appui financier des tour-opérateurs qu'il soit direct ou indirect, droits d'image, parking.
- l'autonomie financière;
- la contribution au développement économique et social des populations: création d'emplois et valorisation des savoir-faire locaux et des activités traditionnelles, création de revenus complémentaires dans un cadre équitable, effet d'entraînement sur les autres activités socio-économiques, construction d'infrastructures de bases et de services: amélioration du cadre de vie, sauvegarde et promotion de la culture, prise de conscience identitaire de la population par son territoire (patrimonialisation), éducation et sensibilisation à l'environnement et formation en tourisme, lutte contre l'exode rural.

Pour les touristes, il s'agit d'un site idéal pour l'observation et l'interprétation de la nature:

«Les aires protégées constituent des territoires à fort potentiel écotouristique, ils représentent des sites prioritaires pour attirer des clientèles en quête de nature «sauvage» et d'un certain exotisme » (Carrière & Lequin 2004)

A ceci s'ajoute la sensibilisation à l'environnement et les interactions avec la population locale dans

D'ores et déjà, la forêt de l'arganier a disparu de moitié pendant le 20^{ème} siècle (Lybbert et al 2003).

Les infrastructures de base sont bien développées par rapport à d'autres régions du Sud du Royaume. Le réseau routier goudronné permet un accès à la plupart des communes rurales. Une autoroute reliant Agadir à Marrakech (250 kilomètres) a été récemment construite. La zone dispose aussi de deux aéroports internationaux, le premier à Agadir (3ème à l'échelle nationale) et l'autre à Essaouira. En outre, cette zone possède un port de commerce, quatre ports de pêche et deux ports de plaisance. Elle est bien équipée en termes de technologies d'information et de communication qui répondent aux normes internationales (ADSL, 3G, téléphonie fixe et mobile).

Parmi les secteurs économiques de la RBA, le tourisme constitue une activité à forte croissance. En effet, elle jouit d'une richesse patrimoniale de renom et représente un territoire propice à une mise en tourisme raisonnée dans un cadre durable.

2.1 L'offre touristique

2.1.1 L'hébergement touristique

L'espace rural de la RBA dispose d'une infrastructure d'hébergement relativement faible par rapport aux potentialités touristiques de la région. L'essentiel de l'hébergement est concentré sur la partie littorale qui bénéficie d'un pic de fréquentation pendant la période estivale.

Les unités d'hébergement sont essentiellement constituées de maisons d'hôtes et assimilées. Certaines sont répertoriées et classées mais de nombreuses appartiennent au secteur informel et échappent au contrôle de l'autorité chargée de recenser et quantifier les activités liées au tourisme. Il est donc difficile de les identifier toutes et de connaître leur capacité. Elle peut cependant être estimée à plus de 2500 lits, grâce à des recoupements d'information et aux réseaux sociaux et informels (Berriane et Nakhli 2012). En termes de qualité, il est crucial que l'offre soit mise à niveau afin de répondre aux attentes de la clientèle à la fois en quête d'authenticité mais aussi en attente d'un confort et d'une hygiène qui lui conviennent.

La RBA a déjà attiré de nombreux investisseurs et promoteurs touristiques ce qui contribue à augmenter la capacité d'hébergement avec l'implantation de structures spécifiques dédiées au tourisme rural et au tourisme de niche. Ces investisseurs sont tout d'abord des marocains puis suivis des français. Force est de constater aussi une sensibilisation de plus en plus vers le

tourisme durable qu'est impulsé par le ministre de tourisme et plusieurs acteurs locaux.

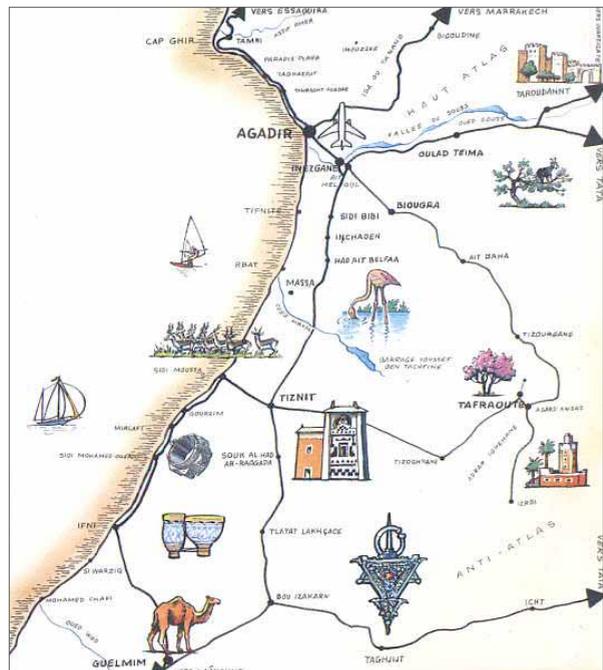
2.1.2 Les circuits touristiques

Il existe plusieurs excursions et circuits touristiques organisés entièrement ou partiellement dans le territoire de la RBA. Les plus importants en terme de fréquentation sont ceux organisés par les tours opérateurs et agences de voyages d'Agadir. Les principaux circuits touristiques sont:

- L'Anti-Atlas occidental (Tafraout et Ait Baha);
- Ida outanane ou le pays du miel;
- Massa et son parc national Souss Massa;
- Littoral Atlantique (nord et sud d'Agadir);
- L'oasis de montagne de Tiout avec la ville fortifiée de Taroudant.

Par ailleurs, des circuits spécifiques sont organisés dans la région de la RBA par certaines agences spécialisées en tourisme de montagne notamment dans la région d'Ait Baha, de Tafraout, des Ida Outanane et d'Essaouira.

Ces agences proposent aussi des randonnées pédestres, équestres, muletières, chamelières, VTT et plusieurs séjours sportifs de pêche, chasse et liés à des activités nautiques (à Imssouane, Mirleft, Taghazout...). Malheureusement, ce type de produits n'est pas encore très répandu par rapport à d'autres régions du Maroc notamment dans le Haut Atlas



Source: Conseil régional de tourisme d'Agadir 2004

de Marrakech⁶ (Toubkal) et l'Anti Atlas central et oriental (Siroua et Saghro), qui sont donc sur le papier plus attractives car l'offre y est plus diversifiée. Ceci est dû principalement à la méconnaissance de la région et à l'offre d'hébergement qui n'est pas encore à la hauteur des attentes des standards internationaux, même si le tourisme national se développe de plus en plus et offre des perspectives prometteuses.

D'autres produits touristiques existent mais ils sont conçus et commercialisés par des organisateurs de voyages clandestins et ne font donc pas l'objet d'une reconnaissance officielle. Selon notre enquête personnelle, leurs parts de marché sont évaluées à près de 20%.

2.2 La demande touristique

La demande touristique dans l'espace rural de la RBA n'a jusqu'à présent pas fait l'objet d'une étude quantitative spécifique. En revanche, les taux de fréquentation touristique⁷ dans les principales villes réceptives de la zone peuvent donner une idée des flux qui se rendent aussi en milieu rural. En 2013, Agadir a recensé près de 900 000 arrivées, Essaouira environ 15 000 et Taroudant plus de 17 000. La fréquentation touristique de ces trois pôles est donc de près d'un million de visiteurs. Quant au nombre de touristes qui visitent la RBA, il est estimé à près de 25% des arrivées totales⁸ soit près de 250 000 touristes

Ce chiffre peut être revu à la hausse si l'on se réfère aux résultats de l'enquête réalisée par le Conseil Régional de Tourisme (CRT) en 2002. 70.6% des visiteurs interrogés jugeaient intéressant voire indispensable de programmer et/ou prévoir des sorties et des excursions vers l'arrière-pays d'Agadir (la RBA). Egalement la majorité des touristes souhaiteraient plus d'échanges avec la population amazighe. L'intérêt des touristes conforte largement la vision d'introduire et de développer un tourisme rural durable dans la RBA.

Concernant le marché intérieur, les Marocains se déplacent en zone rurale lors des rencontres familiales, des fêtes religieuses et pour certains retrouver leurs racines en visitant les territoires de leurs ancêtres ou parents. Ils séjournent généralement chez un membre de la famille mais pourraient être intéressés par des activités récréatives et d'animation. La clientèle qui cherche des hébergements de type gîtes, auberges et maison d'hôtes, elle est surtout celle qui réside dans les grandes villes du Royaume notamment Casablanca, Rabat et Agadir. Ces visiteurs appartiennent souvent à une catégorie socioprofessionnelle moyenne et moyenne supérieure. Ils recherchent un certain confort avec la possibilité de pratiquer des activités d'extérieur (*Outdoor*) notamment les randonnées pour se ressourcer et tenter de fuir le stress et la pollution des grandes villes.

2.3 La Gouvernance

Les acteurs touristiques impliqués directement ou indirectement dans le développement touristique du territoire de la RBA sont nombreux et variés. Leur multiplicité génère souvent des conflits d'intérêt dû au manque de coordination, de concertation et de vision globale cohérente et fédératrice.

Pour ce qui concerne les acteurs publics et semi-publics, le leitmotiv est que la communication et la diffusion de l'information sont avant tout des enjeux de pouvoir et qu'il vaut mieux limiter cette diffusion voire bloquer le flux des informations. On remarque aussi que malgré un partage apparent des missions et responsabilités, il y a un chevauchement dans les attributions et les prérogatives. Des conflits larvés ou ouverts existent entre les services extérieurs des différents ministères au niveau local et aussi avec les élus (régionaux, provinciaux et communaux). Ces conflits sont aussi parfois même au sein de la hiérarchie des différents ministères. Par exemple, un conflit assez latent entre la SMIT⁹ et la délégation régionale de tourisme à Agadir.

Partant de ce constat d'absence de coordination institutionnelle et d'ancrage réel dans les contextes socio-économiques locaux, les pouvoirs publics ont décidé de créer en 2010 l'agence nationale de développement des zones oasiennes et de l'arganeraie (ANDZOA). Cette agence a lancé une nouvelle stratégie^A en octobre 2013 dont le but est de promouvoir une approche intégrée et participative des intervenants territoriaux. Le tourisme rural durable fait d'ailleurs partie des secteurs clés de cette stratégie à travers le « programme de développement des zones de tourisme rural de l'arganier ». Selon cette stratégie^A, les axes d'intervention dans le développement de tourisme rural sont les suivants:

- Valorisation des sites naturels à forte potentialité éco-touristique,
- Mise en place d'une offre d'animation et de loisirs,
- Développement d'une offre d'hébergement adaptée,
- Appui transverse au secteur touristique (formation,..).

A cet effet, dans l'arganeraie et les oasis du sud, l'ANDZOA mobilisera une enveloppe budgétaire d'investissement de l'ordre de 1 938 MDH à l'horizon de 2020 et espère ainsi créer près de 20 000 emplois et une valeur ajoutée supplémentaire dans le territoire estimée à 4 107 MDH (ANDZOA 2013).

En outre, d'autres acteurs interviennent dans le tourisme de la RBA tels que le conseil régional du tourisme (CRT) d'Agadir et le conseil régional Souss Massa Draa (CRSMD). Ce dernier a soutenu et subventionné depuis plus de 8 ans les conseils provinciaux de tourisme (CPT) au niveau des diffé-

rentes provinces de la région. Il a également permis la création du réseau de développement touristique rural (RDTR) en 2011. Ce réseau professionnel représente les acteurs du secteur privé. Il a engagé des actions de proximité menées auprès des petites structures touristiques rurales notamment les gîtes, auberges et maisons d'hôtes. Parmi les actions phares de ce réseau c'est la création d'une charte de qualité et environnement avec un référentiel de labélisation des structures touristiques. Ce projet a été mené en partenariat avec les acteurs locaux et Gites de France – Hérault. D'ores et déjà, une quarantaine d'établissements ont été labélisées dans la région.

En résumé, la profusion d'acteurs, institutionnels ou non, dans la RBA engendre de nombreux conflits et tensions. A l'origine, on note le manque de concertation, de coordination et de transparence. Ces facteurs représentent un risque d'éclatement des réseaux d'acteurs du fait de l'insuffisance de mécanismes de gestion des conflits ou d'un pouvoir organisateur reconnu de tous. Or, seule une gouvernance efficace pourrait changer les choses. L'ANDZOA a le potentiel de devenir cette instance en se situant à l'interface entre les acteurs et devrait pouvoir assurer un rôle de médiation et d'animation à part entière. Ainsi, elle facilitera la coordination des acteurs et de leurs actions.

3. Quelle stratégie adopter?

Le tourisme rural a le potentiel d'être une source de richesses économiques, sociales et culturelles pour la RBA dans un respect des principes du développement durable. Cette vision fait référence directement ou indirectement aux services offerts, aux ressources utilisées et au processus d'organisation qui seront mis en place par les acteurs du tourisme. Pour cela, cette vision doit être partagée par tous les acteurs du tourisme au niveau de la RBA qui, ensemble, doivent être convaincus de pouvoir l'atteindre.

La stratégie à mettre en place dans cette perspective doit reposer sur 5 axes structurants:

- Qualité de l'offre par la mise en place d'un système de management de la qualité à travers des cahiers de charges pour chaque produit et activité touristique (labélisation...);
- Sauvegarde et valorisation du patrimoine naturel et socioculturel de la RBA par des actions collectives des différents acteurs et notamment via des actions de sensibilisation et de l'éducation à l'environnement;
- Gouvernance transversale par une gestion intégrée et équilibrée entre les différentes zones de la RBA. Une attention particulière doit être donnée aux associations professionnelles ainsi

qu'à l'ANDZOA qui doivent jouer un rôle central dans ce nouveau système de gouvernance;

- Promotion et appui à la commercialisation des produits touristiques dans le territoire avec une mention spéciale aux technologies d'information et de communication (appui logistique aux acteurs locaux);
- Mise en place d'un système d'autoévaluation de l'ensemble des actions menées dans le territoire de la RBA (par exemple système de gestion axés sur les résultats)

4. Conclusion

Le tourisme rural durable est le gage d'un développement fondé sur le respect de la diversité, les spécificités des territoires et sur une démarche concertée avec les communautés locales. Grâce à cela, ces dernières pourraient maîtriser le développement touristique et s'approprier les bénéfices de la valorisation patrimoniale ainsi que les retombées économiques et symboliques inhérentes.

En cela, le tourisme rural constituerait un outil efficace de développement socio-économique à condition qu'il soit issu d'une gouvernance intégrée et participative. De plus, seule une sensibilisation et une reconnaissance des acteurs vis-à-vis de son écosystème et de son patrimoine permettra sa sauvegarde.

L'aménagement touristique de la RBA est un enjeu majeur de son développement et l'acteur est au cœur de cette approche territoriale et doit y rester. Toutefois, les acteurs sont nombreux et actifs mais souvent mal organisés, il leur manque une mise en réseau globale afin de trouver des intérêts communs à cette mise en tourisme et afin de définir les missions imparties à chacun. «Le partenariat reste le point fort du plan de développement du tourisme rural» (Chattou, 2002). Le tourisme rural doit être basé sur une volonté collective entre les communautés, les professionnels, les organes institutionnels et les organismes de développement local. Dans cette perspective, il faut mettre en avant des alliances stratégiques entre les acteurs conjuguées à une bonne gouvernance faite de transparence et de démocratie locale pour réussir le pari d'un tourisme rural durable. L'ANDZOA pourrait jouer amplement ce rôle fédérateur à l'échelon de l'arganaerie grâce à son statut et à ses moyens humains et financiers.

Ce dynamisme territorial embryonnaire est en phase d'appropriation des potentialités de l'espace. Le patrimoine même s'il n'a pas encore trouvé pleinement sa place dans la valorisation peut encore être préservé et soutenir le développement touristique rural. Pour cela, des mesures doivent être prises rapidement pour sa protection puis pour sa mise en valeur dans le cadre touristique. Ainsi, la RBA

pourra devenir un éco-territoire qui symbolisera le développement du tourisme rural durable au Maroc.

Bibliographie

- Aboutayeb H.,
2011 "Tourisme durable dans la Réserve de Biosphère de l'Arganeraie au Maroc", Editions Universitaires Européennes, 156 pages
Agence de développement social,
2004 «Région Souss Massa Drâa», Soumadra, 37 p.
Alifriqui M.,
2004, "L'écosystème de l'arganier", PNUD, 124 p.
ANDZOA
Agence Nationale pour le Développement des Zones Oasiennes et de l'Arganier, 2013, «Stratégie de développement des zones oasiennes et de l'Arganier», Errachidia, Maroc.
Bachimon P.,
2005, *Quelques réflexions générales à base d'expériences particulières*, pp 32-40 in «Tourisme rural et développement durable», sous la direction de Chattou Z., ENA
Bélanger D.,
2004, «La législation des aires protégées en droit français et canadien», in *Tourisme, environnement et aires protégées*, sous la direction de Breton J.M., éditions Karthala, 524 p.
Berriane, M.,
2002, «Les nouvelles tendances du développement du tourisme au Maroc». *Actes du 13e festival international de Géographie, Religion et géographie, Saint-Dié des Vosges*.
Berriane, M., & Nakhli, S.,
2012, «En marge des grands chantiers touristiques mondialisés, l'émergence de territoires touristiques «informels» et leur connexion directe avec le système monde. *Méditerranée*», (1), 115-122.
Bouchelkha M.,
2001, "l'espace rural dans le Souss: héritage et changements", Université Ibn Zohr FLSH d'Agadir et GERS, Edition Sud Contact, 209 p.
Breton J.M.
(sous la direction de), 2004, *Tourisme, environnement et aires protégées*, éditions Karthala, Agence universitaire de la francophonie, 524
Carrière J.B., Lequin M.,
2004, "Concept de nature et d'expérience écotouristique: prémisses pour une gouvernance des aires protégées", in *Tourisme, environnement et aires protégées* sous la direction de Breton J.M., éditions Karthala, Agence universitaire de la francophonie, 524 p.
Chattou Z.
(sous la coordination), 2005, «Tourisme rural et développement durable», 166 p.
Digregorio M. et al
1997, «the growth and impact of tourism in SA PA», working paper, Hanoi, centre for nature resources and environmental studies et east west center

- Cazes G.,
1989, «les nouvelles colonies de vacances ? Le tourisme international à la conquête du tiers-monde», Collection *Tourismes et société*, Editions Harmattan (L\`) 1989 - 335 pages
Haut Commissariat des Eaux et Forêts et de la lutte contre la désertification,
2001, «Plan cadre de la réserve de biosphère de l'arganeraie, Projet de conservation et de développement de l'arganeraie», Agadir, 73 p.
Hillali, M.,
2008. "La politique du tourisme au Maroc: diagnostic, bilan et critique". Editions L'Harmattan.
Lybber T, Barret C., Hamid N.,
2003, «Market Solutions, the Environment and Morocco», Project syndicate, Africa Series
M'hirit O. et al,
1998, «L'arganier une espèce fruitière-forestière à usages multiples», Edition Mardaga, 150 p.
Ministère de l'Economie des Finances de la Privation et du Tourisme, 2002, «La stratégie de développement du tourisme rural», 235 p.
Nouaim R., 2005, «L'arganier au Maroc entre mythe et réalités», édition de l'Harmattan, 227 p.
Romagny, B., & Boujrouf, S.
2010, "La ruée vers l'huile d'argan, chronique de la patrimonialisation d'un terroir marocain". *Hespéris Tamuda*, 45, 151-166.
Simenel, R., Michon, G., Auclair, L., Thomas, Y., Romagny, B., & Guyon, M.
2009, "L'argan: l'huile qui cache la forêt domestique De la valorisation du produit à la naturalisation de l'écosystème". *Autrepart*, (2), 51-73.
UNESCO,
"Réserves de biosphère: la stratégie de Séville et le cadre statutaire du réseau mondial «UNESCO», 1996, Paris.
UNESCO, Secrétariat du MAB,
2003, "Réserves de biosphère, des lieux privilégiés pour les hommes et la nature", 208 p

Notes

- 1 Ministère de l'Economie des Finances de la Privation et du Tourisme (2002), *Stratégie de développement du tourisme rural*.
- 2 Amazigh : Berbère
- 3 UNESCO, *Réserves de biosphère: la stratégie de Séville et le cadre statutaire du réseau mondial UNESCO*, 1996, Paris.
- 4 Inspiré du site web: <http://www.unesco.org/mab/nutshell.F.htm> élaboré par nos propres soins
- 5 La grande majorité des agences de voyages spécialisées ont leurs sièges à Marrakech et ne connaissent pas bien la zone de la RBA.
- 7 Chiffres officiels de 2013
- 8 Ce taux confirmé par le président de l'association régionale des agences de voyages et des transporteurs (communication personnelle)
- 9 SMIT (Société marocaine d'ingénierie touristique) qui est sous la tutelle du ministère de tourisme.

Recibido: 02/06/2013
Reenviado: 15/01/2014
Aceptado: 02/04/2014
Sometido a evaluación por pares anónimos

Reseña de Publicaciones

Writing the Dark Side of travel

Jonathan Skinner (Ed.), New York: Berghan Books (2012)

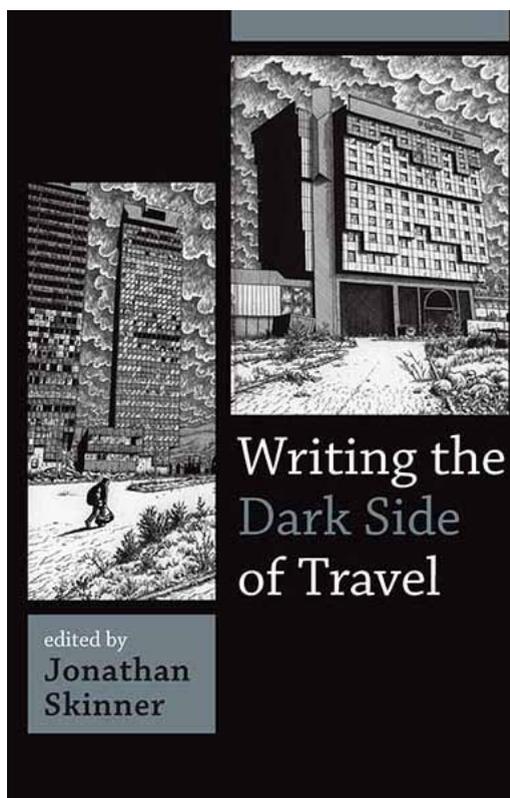
ISBN 978-085745341-9, PP. 203

Maximiliano E Korstanje*

Universidad de Palermo (Argentina)

En los últimos años el fenómeno del turismo-negro, thana-turismo o “dark tourism” ha tomado un especial interés por parte de los especialistas en ciencias sociales. El presente libro, titulado *Writing the dark side of travel*, compila 9 capítulos que tienen a la muerte y sus respectivas configuraciones como principal protagonista. En principio, existe una extraña fascinación humana por el deseo y el sufrimiento de los otros, y es sobre esa necesidad que la muerte de los demás nos sirve como recordatorio. Los sitios de turismo negro, comprenden un viaje de peregrinación a espacios o sitios que simbólicamente e históricamente han estado marcados por un gran sufrimiento. Ello particularmente abre el abanico de posibilidades para encuadrar una significación que por la cantidad y disparidad de fenómenos que abarca, se hace lo bastante amplia como para lograr una definición consensuada. Los sitios de turismo dark comprenden tanto espacios vinculados a batallas memorables, cárceles, museos donde se exhiben cadáveres o elementos de tortura hasta ciudades destruidas por acción de los desastres naturales. El hecho de comparar metodológicamente el asesinato de John F. Kennedy con el Titanic, o Auschwitz implica para los investigadores un gran esfuerzo.

Siguiendo este argumento, el turismo negro ayuda a mediar entre la vida y la muerte. Todos aquellos quienes asisten a estos espectáculos no



* Tourism BA, Anthropologist (University of Moron, Argentina) and Ph. D in Social Psychology (University John. F. Kennedy, Argentina; E-mail: maxikorstanje@fibertel.com.ar

solo aprenden una lección sobre eventos que han pasado fuera de su umbral de control, sino que además abrazan un mensaje que les permite reconfigurar sus propias vidas acorde al sufrimiento que han experimentado otros. Claro que entonces, la nomenclatura de lo que es turismo dark parece a los especialistas harto problemática. Quien puede decir que Alcatraz es un lugar de sufrimiento?, o precisamente que no lo es?, es el morbo del turista el elemento esencial que define al fenómeno?, ¿se pueden definir científicamente los límites del dolor y del recuerdo?.

Algunos expertos han sugerido que el hecho de apreciar la muerte de ese otro, es un resultado directo de la posmodernidad y de todo un “fetiche” que viene con ella respecto a la negación de la muerte. Los espacios se comoditizan con el fin de lograr catarsis acorde a un espectáculo que reditúa a ciertos intereses. Para la corriente sociológica que ha estudiado, desde este paradigma, el tema enfatiza en la peligrosidad que tiene la alegoría para referirse a contextos y eventos que han sucedido en el pasado. El turismo negro puede de esta manera estar sujeto a un sinnúmero de manipulaciones políticas con el fin de legitimar ciertas prácticas o a determinados grupos, y a silenciar a otros. No menos cierto es que el dolor es un aspecto constitutivo y personal del sujeto. No obstante, un museo que recuerda un genocidio revela un código específico. La función del etnólogo consiste en iniciar un viaje por el mundo del turismo dark describiendo por medio de la palabra escrita las situaciones que se observan. El problema precisamente es que la palabra tiene sus limitaciones. Las posiciones de los diferentes autores que componen este libro son variadas, y en vistas de ello, es difícil poder articular sus tesis dentro de un mismo axioma. En ocasiones, están redactadas de una forma que no le es agradable al investigador en turismo ya que se trata de etnografías postestructuralistas, pero en otras, banalizan la cuestión de la muerte, llevando el tema exclusivamente al campo de la percepción. En efecto, el editor J. Skinner advierte que los textos que integran el libro no tratan sobre la muerte sino como ésta es representada e incorporada en las narraciones locales, de personas que cuentan una historia. Empero, esa historia no es en sí comparable a un viaje, sino a como es resignificada a través de la escritura.

Si bien el trabajo de referencia muestra una gran sensibilidad respecto al rol que la escritura etnográfica tiene para recordar y para comprender, existen algunas incongruencias y limitaciones a la hora de comprender lo que se estudia que ameritan ser discutidas. Ello sucede porque la mayoría de los estudios que toman al “thanaturismo” como elemento de análisis descansan en los prejuicios

de algunos turismólogos británicos como Lennon, Foley, Seaton o Sharpley quienes inicialmente descansan sus observaciones complejas encuestas que sólo focalizan en el punto de vista del turista o visitante, mientras otras voces tan o más importantes son silenciadas. De hecho muchas veces la observación no intrusiva es una herramienta válida para abordar el tema.

Al respecto, dos preguntas son pertinentes. ¿Cómo podemos estar seguros que el entrevistado es consciente de sus emociones respecto a una situación que vive hipotéticamente?, y ¿Cómo nos damos cuenta que el entrevistado no nos está mintiendo?. Durante mi trabajo de campo como antropólogo en el “santuario de Cromañón, un joven se me acercó para ser entrevistado. Obviamente supuse que tenía mucho para contarle sobre el problema que estaba investigando. La entrevista duró aproximadamente cuatro horas, y fue muy importante para comenzar mis reflexiones originales. Empero a medida que me iba internando el campo cotejando esa voz con otros actores, no solo me di cuenta que la entrevista era completamente falsa, sino que el joven tenía “necesidad” de contarme lo que nunca le había sucedido. Él no había perdido a nadie en la tragedia de Cromañón, aun cuando sentía un apego especial por lo sucedido, un apego que lo había llevado a alterar su propio sentido de la realidad. Paradójicamente, esa entrevista era tan falsa como espuria pero me sirvió para formular todas las hipótesis de trabajo que efectivamente pudieron ser validadas luego de años de investigación. Por desgracia, el abordaje empírico del turismo negro da demasiada importancia (tal vez por positivista) a lo que el turista tiene para decir. En parte, porque se cree que sólo se puede llegar a la verdad preguntando, pero también porque es difícil definir el horizonte de operacionalización de variables dentro de que puede ser considerado un fenómeno de turismo dark. Por último pero no por ello menos importante, el término “thanaptosis”, lo cual consiste en internalizar la muerte de otros como una posibilidad personal, ha sido acuñado por el poeta americano W. C. Bryant (1817). Una lectura de “thanaptosis” tal cual fue formulada por su autor original y no como fue interpretada por Seaton o Sharpley, sugiere que el turismo negro es un mecanismo de resiliencia por medio del cual la sociedad se permite la propia recuperación luego de haber afrontado un trauma colectivo severo. Mi propia experiencia en contextos de desastre me han permitido elaborar categorías meta-discursivas que van más allá de lo que observa el damnificado y el turista, me han llevado a construir un modelo que pone al turismo dark

dentro de la estructura social, la economía y la política que obviamente le preceden. Acorde a esta observación, no todos los espacios donde han existido trauma colectivo, genocidio o algún acto violento donde la víctima muriera en condición de indefensión, abrazan al turismo como una actividad legítima y válida (Korstanje, 2013). Los casos de Republica de Cromañón y el museo de la Memoria en la Escuela de Mecánica de la Armada, en Buenos Aires, Argentina son ejemplos contrarios a la tesis planteada por este libro respecto al turismo-negro. Para los familiares y sobrevivientes de estos dos eventos, el turismo es una actividad mercantil y comercial que no solo oscurece el sentido de lo que es “la memoria”, sino llama a la corrupción (Korstanje, 2011). Eso sucede porque el turismo dark es sólo una parte de un fenómeno más amplio que es “la religiosidad” la cual adquiere tres componentes esenciales,

- a) La sacralización de las víctimas como personalidades extraordinarias que median entre los dioses y los hombres.
- b) La luz (de las velas) como metáfora de la lucha contra la “oscuridad”.
- c) El conflicto político contra el estado o la clase dirigente que por corrupción, negligencia o impericia permitió que sucediera el desastre (Korstanje, 2010).

Cualquier sociedad, luego de haber sufrido un episodio de muerte y sufrimiento se recupera porque se da cuenta que a pesar de toda la destrucción, los dioses han favorecido a los sobrevivientes. Esta forma mítica de pensamiento, que atraviesa todas las culturas, pone a los sobrevivientes frente a frente con su propio ego. La mayoría de ellos asegura haber sobrevivido acorde a características extraordinarias que van desde la virtud moral hasta la inteligencia o fortaleza espiritual. Esta forma de pensar es funcional a una sociedad que debe sobreponerse, en condiciones de desventaja, a la adversidad (Korstanje & Ivanov, 2012). Empero si a lo largo del tiempo la conducta persiste, se torna disfuncional pues el involucrado abraza formas patológicas y embriagantes de nacionalismo o chauvinismo. En cualquier caso, el involucrado asume formas erróneas de pensamiento pues entiende que la única forma de lograr sus objetivos es a través del sufrimiento y el auto-boicot. El sufrimiento se transforma, así, en un discurso que justifica, regula y nivela todas las frustraciones del sujeto. El turismo dark, es uno dentro de los elementos que hacen al proceso de resiliencia dentro de la comunidad (Korstanje, 2014). Por

desgracia, ninguna de estas cuestiones han sido seriamente consideradas en el libro examinado.

Bibliografía

- Bryant, WC (1817). “Thanatopsis”. *North American Review*, 5(15), 338–341
- Korstanje, M. E. (2010). “Understanding the Disaster”. *Cultura*, 7(1), 179-207.
- Korstanje, M. E. (2011). “Detaching the elementary forms of dark-tourism”. *Anatolia*, 22(3), 424-427.
- Korstanje, M. E., & Ivanov, S. (2012). “Tourism as a Form of New Psychological Resilience: The Inception of Dark Tourism”. *Cultur: Revista de Cultura e Turismo*, 6(4), 56-71.
- Korstanje, M. (2013). “A tanto años de Cromañón:¿ Y después de esto qué?”. *Nómadas. Revista Crítica de Ciencias Sociales y Jurídicas*, 141-159.
- Korstanje, M. (2014). “Heritage that hurts: tourists in the memory scapes of September 11”. *Journal of Heritage Tourism*, (ahead-of-print), 1-2.

Recibido: 02/04/2014
Aceptado: 06/04/2014
Sometido a evaluación por pares anónimos

Pensar la mezcla

Un relato intercultural

Onghena, Yolanda

Resumen

Índice

Titulos relacionados

Prensa

Descargas

Pensar la mezcla se inscribe en un proceso de búsqueda de sentido común compartida con el lector. El libro quiere acompañar a éste en un camino que va y viene entre la mezcla y la identidad, en un relato a través del cual el lector intuya o confirme que toda identidad es mezcla y que siempre ha sido así: un juego de fragmentos vitales, diferencias concentradas o reconquistas identitarias, según el momento, según el contexto. Este libro no pretende ser una mirada generalizadora ni un análisis fragmentario sino un relato, una narración próxima a lo vivido por las personas, por cada persona. Quiere poner el acento en las percepciones, en las impresiones y emociones así como, en su contacto con los conceptos y los discursos en busca de lo que se puede compartir. El libro, además, pretende ser un recurso interdisciplinario, para repensar lo político, lo social y lo cultural. No tiene la pretensión de proponer una teoría nueva, una fórmula única, sino poner en cuestión el tema de la identidad y la diferencia en tres ritmos: el primero, el ritmo íntimo individual de cada lector, su predisposición a participar en esta conversación; el segundo ritmo serán los préstamos entre disciplinas, y el tercero, la puesta en común y reinterpretación de esta escucha por parte del lector para renovar el imaginario social en la continuidad y el movimiento. Pensar la mezcla invitará al lector a una reflexión sobre la identidad y la diferencia a partir de sus propias vivencias, para situar la identificación como un proceso en el cual se necesita un “ellos” para pensar un “nosotros”. El relato en sí pretende una reflexión a partir de una larga experiencia personal dedicada a la descripción y la comprensión de la mezcla y la identidad en sus diferentes formas, procesos y dinámicas.

Reseña de Publicaciones

El Último Tren (Corazón de Fuego): patrimonio cultural y globalización

Diego Arsuaga

Bruno Arteaga Robinson*

Universidad Católica de Lovaina (Bélgica)

El presente documento es un análisis de la película *El Último Tren*¹ dirigida por Diego Arsuaga con un guión que fue escrito por él mismo en colaboración con Fernando León de Aranoa; la historia, la cual fue escrita por Andrea Pollio y Andrés Scarnone es llevada a la pantalla con la fotografía de Hans Burmann y ambientada con música de Hugo Jasa.

La perspectiva de análisis es brevemente cinematográfica aunque el objetivo es principalmente identificar los aspectos culturales implícitos. El conjunto de documentos utilizados para la realización de este análisis reúne argumentos discursivos entorno al vínculo que existe entre la preservación del patrimonio cultural y el papel hasta cierto punto antagónico del tema del desarrollo económico planteado por el paradigma de la globalización.

1. En Uruguay el sistema ferroviario surge en 1866 a través de la fundación de una sociedad anónima llamada "Ferrocarril Central de Uruguay". Poco después del inicio del sistema ferroviario los inversionistas descubren que el negocio no era rentable, así que se abren las puertas al capital extranjero, lo que deriva en la posterior venta total al capital extranjero pasando este a manos inglesas con el nombre de *Central Uruguay Railway*.

Es hasta finalizada la segunda guerra mundial que el ferrocarril vuelve a ser patrimonio Uruguayo, de tal forma que con la ayuda de capital extranjero



Acuarela de Joseph Mallord William Turner (1884)

crea un plan de desarrollo ferroviario. El resultado fue un plan de transformación social y económico que culminó en 1952 con un sistema centralizado y monopolístico de corte nacionalista (*Historia*, s. f.).

El Último Tren, de Diego Arsuaga es la realización cinematográfica de un grupo de jubilados quienes participan en un grupo llamado *Asociación de Amigos del Riel*. Dentro del contexto nacionalista la *Asociación de Amigos del Riel* planea y ejecuta un boicot hacia la venta del patrimonio nacional planeado por un acaudalado empresario local quien busca la venta de una locomotora uruguaya que data del S. XIX a una empresa de Hollywood en Estados Unidos. El objetivo entonces es robar la locomotora y llevarla a algún lugar de Brasil para así evitar su pérdida.

En el contexto de la película existe un consenso tácito acerca del valor nacional del patrimonio. Es quizás este mensaje el elemento más importante

* E-mail: bruno.arteagarobinson@student.kuleuven.be

que pone en sincronía a la audiencia con el hecho de la heroicidad de los ladrones. Esto se corroborará con el apoyo del pueblo que durante la historia tiene un papel decisivo en el éxito de algunos de los objetivos de los personajes principales.

Resulta una discusión importante el valor de los bienes nacionales. En Uruguay, por ejemplo, los únicos bienes protegidos son el Casco Histórico de la Ciudad de Sacramento, protegido por la UNESCO y Patrimonio Mundial; el Tango (Argentina y Uruguay); el *candombe* y su espacio sociocultural: una práctica comunitaria (Uruguay). Ambos inscritos en la lista Representativa del Patrimonio Cultural Inmaterial de la Humanidad en 2009. Estos últimos como bienes protegidos materiales e inmateriales (*Bienes Protegidos*, s. f.)

Por otra parte, la lista de bienes culturales impedidos a salir del país se resumen 25 obras de arte maestras que seguramente por su belleza y valor cultural han sido colocadas bajo esa categoría por la comisión del patrimonio cultural de la nación. (*Bienes impedidos de salir del país*, s. f.)

Lo anterior entonces permite determinar una escala de juicios y valores que puedan agregar al tren de vapor como patrimonio cultural, de hecho, la asociación uruguaya amigos del riel, una organización que existe desde 1954 trabaja junto con Comisión del Patrimonio Cultural de la Nación, Intendencia de Montevideo - Municipio G - Montevideo Capital Iberoamericana de la Cultura 2013, Ministerio de Turismo y Deporte y Sociedad de Amigos del Barrio Peñarol se han dado a la tarea de otorgar reconocimiento y recuperar el patrimonio histórico-cultural de la tradición ferroviaria. Su objetivo, de hecho, es la puesta en marcha nuevamente del tren a vapor al servicio de Uruguay (AUAR, 2014).

Así, en consonancia con un planteamiento social, Andrea Pollio y Andrés Scarnone ponen a todo vapor una escapada por la realidad cultural de Uruguay. Utilizando recursos éticos y actuaciones que acentúan el idealismo de lo nacional y de lo histórico, a veces por encima de los intereses personales. En el fondo es posible intuir cierta falta de consenso popular y la necesidad de combatir a la hegemonía económica de las potencias internacionales, quizás en parte por el fenómeno natural de la globalización, pero también como una crítica a los poderosos que obtienen beneficios de la internacionalización del patrimonio de Uruguay.

En este sentido, las opiniones entorno a la temática del patrimonio tienen claridad y certeza teóricamente aunque en la aplicación plantea interrogantes interesantes. En opinión de la presidenta de la comisión del patrimonio cultural de la nación (Uruguay), Ing. María Simón establece un parámetro de referencia y reconoce las aristas de la problemática:

[...] frente al ímpetu globalizador –cuando nos pareció que en algún momento con Internet y con ese tipo de cosas, se iba a conducir a una uniformización de toda la cultura– surge necesariamente una contracara de localización, de identidad, que no tiene por que ser patrioter, chovinista en el sentido de ir en contra de lo otro. Creo que generalmente el que se respeta a sí mismo, también respeta a otros. Y ese sentimiento de identidad y de propiedad o hasta de patria, si le queremos decir así, tiene uno de sus asientos, de sus anclajes materiales en el patrimonio (Listur, 2011, pp. 6)

Dentro del encuadre de la película, este ímpetu globalizador tiende a irrumpir precisamente en ese sentimiento identitario que se apropia de la historia y que desea, por derecho natural, ser respetado.

2. La película es rodada en Uruguay. Más de 40 actores personifican a los medios periodísticos y efectivos policiales. Se puede decir que el casting tiene la función de acompañar a los personajes principales: tres hombres mayores y un niño quienes escapan del comisionado policial y el empresario quien es propietario de la locomotora robada. Cada uno de los actores principales tiene un rol específico justificado por su vida personal, la cual es tratada brevemente pero con claridad y tiene un peso justificativo en la trama de la película.

Los seis personajes principales, representan perspectivas y posturas que pueden dar un sentido metafórico a la problemática cultural. Uno de ellos, Dante, personificado por José Soriano, es un hombre de edad avanzada quien dirige la junta de la asociación, su papel es de moderador y administrador. Es él quien busca lo necesario para la empresa, quizás a veces, sin saber bien como. Su papel es un personaje hasta cierto punto conservador. Es posible que la metáfora de Dante se base en la falta de su memoria. Pone en evidencia un sistema que es antiguo, que ha olvidado la razón original y que aunque poseedor de una buena voluntad ya no puede seguir administrando dentro del contexto actual; no está habituado a luchar por el cambio y hasta cierto punto es conformista. Es necesaria una renovación, recordar y como el mismo lo hace, tener buena voluntad.

El profesor, personificado por Héctor Alterio, es un hombre de edad avanzada, con problemas delicados de salud, quien asume la responsabilidad de la reivindicación de la dignidad. A estas alturas no tiene mucho que perder pero cree que la edad no es un impedimento para las ilusiones y su principal motivación es la necesidad del cambio. Para él, hay momentos en la historia en los que se requieren de acciones enérgicas y contundentes. Él está dispuesto a sacrificar lo propio para salvar la máquina de

vapor cuyo significado es una oportunidad para ya no vivir de rodillas. Este personaje puede ser la metáfora de la lucha por el cambio a pesar de la adversidad: no hace falta un futuro prometedor para luchar por un ideal.

El consejo de la asociación, tras deliberar, elige a José Avilés (Pepe) como líder del grupo. Pepe es caracterizado por el actor Federico Luppi, un importante artista argentino que ha consolidado una carrera cinematográfica en más de 114 representaciones y es poseedor de premios diversos. Luppi es un actor con una importante trayectoria fílmica que lo acredita para asumir el papel de líder en una travesía utópica que es la de llegar a Brasil sorteando los peligros y la persecución de la policía. Tal como él mismo (Pepe) lo reconoce, la travesía está destinada al fracaso. No existen los recursos para competir contra la policía pero la consigna de “El patrimonio no está a la venta” es más que suficiente para emprender la marcha.

Pepe vive en la pobreza, pese al reconocimiento de sus colegas el dinero de su jubilación por haber trabajado para el ferrocarril uruguayo no le alcanza para pagar el alquiler. Así Guito (Balaram Dinard) es un niño que lo ha ayudado para evitar pagar el alquiler a sus padres quienes en lo particular no muestran interés en su situación. Guito estará en el equipo pues el viaje es largo y los tres hombres mayores no tendrían la energía que se necesita para alimentar de carbón a la locomotora. Guito, que es el diminutivo de Huguito es probablemente la metáfora de la juventud. La juventud tiene la fuerza pero es necesario encauzar y fomentar el interés. Tal como sucede durante su participación en la película, Guito es el que se encarga de decir todo aquello que los mayores ya no tendrán oportunidad de transmitir.

La locomotora, una pieza de chatarra inservible, fue restaurada por manos uruguayas con una inversión de Jimmy Ferreira (Gastón Pauls) con el fin de hacer un negocio con una empresa de Estados Unidos (Hollywood). Ferreira tiene el reconocimiento de la prensa pues su poder y capacidad económicos son deslumbrantes. En este sentido la prensa carece de carácter crítico, su función se reduce a documentar lo que sucede, por esta razón el grupo de emprendedores busca llamar la atención de los medios para comunicar acerca de la pérdida del patrimonio. Tratándose de una minoría con escasos recursos económicos solo pueden apostar por el riesgo y el reconocimiento del pueblo mediante un golpe contundente y llamativo. De ahí el robo de la locomotora y la grabación del supuesto ilícito para hacer un mensaje masivo.

1' – 10'

En el montaje, la cámara supone una complicidad con el público. Es así un montaje narrativo. Las tomas se realizan libremente a la misma altura que los actores, lo cual sitúa a la audiencia ante la temática desde una perspectiva cercana, casi íntima con la historia. Es como si el público se encontrara presente en la sala, escuchando y mirando de cerca lo que sucede, por esto el uso del montaje analítico resulta en un recurso que invita al análisis de los caracteres y al estudio de sus problemáticas personales.

La fotografía de Hans Burmann ha sido asociada a la nostalgia y a una excesiva pictorialización de las imágenes (Faulkner, 2004), reúne un ambiente oculto, casi opresivo pero con luminosidad y nitidez suficientes para determinar el carácter circunstancial de la reunión, un tanto formal pero a la vez con cierta calidez.

Más adelante, la fotografía rescata dentro del escenario de la casa de Pepe un contexto que por su pobreza pudo resultar precario y que sin ser dramático matizó mediante el uso de los colores contrastantes y vivos un balance positivo, acorde con el discurso reivindicador de los personajes. La pobreza en este caso no es sinónimo de desesperanza sino una calma y bien mesurada dignidad².

El preludio es corto. La decisión de actuar no implica mayor meditación y la narrativa sitúa los hechos con naturalidad cotidiana. Así los personajes asumen la tarea y la responsabilidad al ritmo de sus vidas y de la música de tango, que es música por sí misma romántica e idealista.

Hugo Jasa, quien es el encargado de la banda de sonido de la película es un músico que ha adquirido un reconocimiento notable en su país Uruguay. Uno de sus primeros discos, por ejemplo, se tituló *Estados de Ánimo* (música para ballet); desde 1993 comenzó su trabajo como compositor en *Martin Aquino* de Ricardo Romero. También, en 1996 compuso la banda de sonido y la música de *El hombre de Walter* de Carlos Ameglio.; en 1997 compuso la música de la película “Otarío” con el mismo director de *El último Tren*, Diego Arzuaga. Su participación como compositor le valió entonces el premio a mejor banda musical en el Festival de Cine Latinoamericano de Nueva York. (Hugo Jasa, s. f.) .

Los primeros minutos que derivan en la organización del robo son en ausencia de diálogos. La música es el elemento que comunica y da sentido a las acciones pues estas no tendrían un halo de poesía y de complicidad con los ladrones. Es a través de la música que la trama fluye y da un toque incluso cómico en contraste con un acontecimiento que puede resultar peligroso al tratarse de un robo.

11' – 20'

Con la emoción de conseguir su objetivo, los asociados emprenden su camino y su felicidad es acompañada de música con carácter heroico. La lógica de un escape y de un hecho delictivo adquieren sentido surrealista; Diego Arsuaga deja en claro que los personajes están llevando a cabo una empresa que trasciende sus preocupaciones personales y como producto del azar todo resulta a la perfección, incluyendo la grabación del robo que documenta el escape, el cual es captado en el momento preciso.

En el contexto del patrimonio cultural hay pocas situaciones y logros que nos remitan tan explosivamente a la felicidad y al cambio, pero en la película el objetivo ha sido conseguido, esto es reflexionar acerca del valor del patrimonio cultural y una necesidad nacionalista y popular de salvaguardar lo propio.

Ante la necesidad de la preservación del patrimonio surgen interrogantes importantes, aspectos que determinan la legitimidad de los discursos políticos y sociales. En este sentido *El Último Tren* discurre entorno a la valorización y gestión del patrimonio como un fenómeno que requiere de atención en función de nuevas demandas y realidades. Organismos e instituciones del mundo han coincidido en el concepto de patrimonio como motor de desarrollo. Organizaciones como la UNESCO y la OEI reconocen que existe una gestión inadecuada o deficiente y con un evidente desequilibrio entre el desarrollo y la conservación del patrimonio (*La capacidad de la gestión cultural*, 2002).

El Último Tren es un ejemplo de la vanguardia y de la metáfora en el arte entorno a las problemáticas sociales. Mientras que organismos internacionales realizan esfuerzos para establecer rutas de acción en función del patrimonio cultural Pepe y sus colegas han burlado el cerco policial y se dirigen hacia el consenso popular, tal vez sin saberlo.

La expropiación por parte de la asociación de amigos del riel es un recurso final para restituir a Uruguay lo que le pertenece con la consigna de “la última joya de la abuela no se vende” o “el patrimonio no se vende”. La propuesta cinematográfica también plantea la discusión desde la perspectiva de Jimmy Ferreira. Por una parte su situación como empresario tiene a la ley de su lado, no hay restricción para establecer negociaciones internacionales con bienes de su propiedad y en términos generales las leyes lo amparan hasta que no existan manifiestos que digan lo contrario.

Jimmy Ferreira tiene una postura acomodada, según él, los políticos no harán nada para cambiar e invertir recursos en el patrimonio de Uruguay. Se habla de fuerzas progresistas que no asumen su responsabilidad; la máquina de vapor estaba

inservible y él (por el amor a las locomotoras de vapor) la rescató. ¿Que tan cierto resulta el amor a los trenes cuando al mismo tiempo está buscando obtener un beneficio económico por su venta a costa de que la máquina de vapor salga de Uruguay para siempre? ¿Es mejor tener una máquina en franco deterioro guardada en una bodega o venderla y verla rodar en los rieles de alguna película de Hollywood?

La discusión es extensa como el trayecto a través del territorio Uruguayo. Una muestra de la planicie verde también forma parte de la filmación y tal vez el sentido nacional que confiere el paisaje está a favor de los ladrones, aunque Ferreira y la policía preparan un cerco y otras dificultades como la falta de combustible, comida y vías en mal estado también asedian.

30' – 40'

Un aspecto legal surte efecto en la trama de la película y plantea cierta legitimidad en los procedimientos empresariales y policiales. Ferreira pide a la policía retirar las armas para evitar inconvenientes legales ante la posibilidad de que los miembros de la asociación sean heridos en el intento por detenerlos. Finalmente el estado de derecho es la plataforma para la estabilidad económica y el desarrollo social. La policía en este caso solo es un organismo moderador, no tiene una postura ideológica sino que cumple ordenes.

A modo de eco entre la narrativa y la realidad los ladrones que han librado el cerco policial determinan que la solución es la concientización social, en su caso, como forma de obtener reconocimiento. En la realidad solo hasta las últimas décadas han comenzado a realizarse esfuerzos de concientización y reconocimiento de los aspectos emblemáticos de la cultura uruguaya.

En Uruguay el tema de la difusión del patrimonio cultural tiene una agenda reciente (1992), con avances tanto en concientización como en análisis y acciones para el rescate de los bienes materiales e inmateriales, primero a raíz de las comisiones de arquitectura, arqueología y restauración, posteriormente el tema del patrimonio cultural se incorporó mediante un departamento especializado encargado de “asesorar” al poder ejecutivo. Esto es en efecto, una muestra de la reciente articulación que se ha generado entre la opinión pública y las acciones de gobierno (*Patrimonio*, 2011, pp. 3)

40' – 50'

Durante el minuto 43 Ponce, el comisionado policial, llama a un colaborador y pone en evidencia un doble discurso dentro del sistema del orden. Esto puede llamarse corrupción, o bien, en este

caso puede tratarse de la tergiversación del sentido mediático al obtener beneficio de la confusión y la ignorancia popular.

Sumado al efecto mediático del robo de la máquina de vapor, los guionistas hacen una consideración importante entorno al tema del desarrollo, esto es que existe un conflicto de intereses económicos entre el rescate del patrimonio o su venta; el balance se encuentra en que el patrimonio pueda crear una rentabilidad equiparable a su enajenación.

Con el uso de recursos histriónicos emocionales y cómicos la narración discurre en el pequeño escenario que constituye la locomotora. Esta avanza entre los paisajes uruguayos, con tenue sonido de fondo del motor de vapor. Al mismo tiempo los medios transmiten lo que sucede a un público asombrado; Ferreira da su versión de los hechos y la policía establece un plan para detener la locomotora.

50' – 60'

Guito es un personaje discreto, su participación en el guión ha sido un complemento en función de elementos emocionales, cómicos o de articulación entre las escenas. Un argumento justificativo está en su papel como mensajero. Esta postura esclarece algunos aspectos clave en el mensaje global, esto es: Todo Uruguay debería de sumarse a la lucha por el patrimonio de la nación. No es tarea de unos cuantos.

Más adelante, en esta etapa de la película algunas de las escenas más recurrentes en la fotografía cambian para dar un toque espectacular. Deja de ser una perspectiva al nivel de los actores y el rodaje transcurre desde el aire. Los cortes de cámara tienen un efecto fluido y siguen el paso de la locomotora haciendo énfasis en su marcha.

Lo que sucede en la articulación de estas imágenes puede tener una explicación a través del concepto de heterotopía, es decir, la secuencia ha transcurrido en diferentes dimensiones, por una parte, los asociados avanzan y reafirman así su postura reivindicadora del patrimonio, por otra parte, los medios y el pueblo uruguayo su suman a la discusión a través de los medios de comunicación, y por último, la policía y Ferreira entran en escena con una estrategia para detener a los ladrones incluso valiéndose de la presencia de la esposa del profesor como mecanismo disuasivo y quien también ha sido participe desde una dimensión significativa.

El discurso fílmico panorámico hace uso de este encuentro entre las dimensiones heterotópicas como preludio al desenlace. Finalmente este hecho es lo que dará éxito y legitimidad a las posturas ideológicas hacia alguno de los bandos opuestos.

Los recursos musicales son contrastantes. Una música tranquila y rítmica acompaña la escena de acción en donde la policía intenta abordar el tren

saltando desde una montaña y son repelidos con la simulación de dinamita.

60' – 73'

En un alto por un pueblo abandonado para recargar agua la narración discurre acerca del pasado. Un tema emocional y nostálgico evoca otros tiempos en donde la organización ferroviaria tenía fuerte presencia. Paradójicamente en este punto el administrador, Dante pierde todos sus ánimos y su memoria. Esto parece significativo, quizás metafórico: Es inútil para una organización antigua y olvidada existir y poseer una administración sin el apoyo del pueblo.

Esto es lo que sucede en la trama de la película, Dante es recibido por un grupo de personas que deciden ayudarlo y apoyar en la recarga de agua para la máquina de vapor. Solo así pueden continuar su viaje.

73' – 86'

En la recta final de la película Ferreira hace un planteamiento a el Profesor para que acepte tomar un tratamiento médico en Estados Unidos a cambio de suspender el robo. La respuesta del profesor habla un poco de la mesura con los que pueden tratarse los temas nacionales y pone evidencia algunas cuestiones éticas. Para el Profesor no es opcional tomar un tratamiento médico en el extranjero pese a reconocer que puede ser de mejor calidad que en Uruguay, es decir, tiene resistencia a la apertura incluso cuando esta puede ser un beneficio directo.

La apertura al progreso o a las relaciones internacionales no pueden ser tratados desde una perspectiva unilateral, ni unidimensional en relación con el desarrollo económico; los ámbitos políticos, ecológicos, culturales y sociales estarían así subordinados. Pero también dentro de los procesos de la globalización, la confusa percepción de la transnacionalidad y sus diferentes esferas (consumo, comunicación, gobierno y otros actores transnacionales) generan efectos que repercuten en la identidad nacional y que no pueden ser omitidos (Moneta, 1999, pp. 123 - 124)

Para acercarse a los fenómenos de diferenciación y heterogeneidad Moneta reconoce fisuras o desfases entre las dimensiones culturales y políticas de la globalización: étnicos, tecnológicos, financieros, mediáticos de comunicación e ideológicos. La suma de estos factores y una concatenación compleja se traduce en un intercambio de mensajes simbólicos, de bienes e ideas con efectos directos sobre la idea de preservar identidades homogéneas y tradicionalistas en los contextos nacionales (Moneta, 1999, pp. 124 – 127).

El final resulta un tanto irónico, Pepe y el Profesor son capturados por la policía tras ser desviados

a un camino sin salida. Ferreira pide a la policía que despeje las vías para poder llevarse la locomotora pero en realidad no tiene quien pueda conducirla de regreso. Más adelante, en un acto sorpresivo la multitud que se encontraba en el lugar bloquea las vías en una muestra de su reconocimiento por el acto de la *Asociación de Amigos del Riel*. Finalmente es todo un logro el haber obtenido crédito del pueblo por su empresa.

En conclusión, *El Último Tren* es una película diseñada para reflexionar entorno al tema de la globalización y el patrimonio, también acerca de lo identitario y lo nacional. Considero que es significativa la comprensión de como el pueblo se apropia de lo simbólico y como lo simbólico a través de la historia confiere dignidad en el presente.

Es grave que los intereses económicos extranjeros repercutan en la configuración identitaria, social y cultural pero también es parte de un proceso histórico natural. El hecho de reflexionar sobre lo anterior conduce a la concientización social, en función de prácticas políticas sensibles a la preservación y valoración del patrimonio cultural.

Bibliografía

2014. Asociación Uruguaya Amigos del Riel. Montevideo, Uruguay. Recuperado el 15 de enero de 2014: <http://www.trenesavapor.com/index.html>
2014. Bienes protegidos. Patrimonio Uruguay. Comisión del Patrimonio Cultural de la Nación. Montevideo, Uruguay. S. f. Recuperado el 15 de enero de 2014: http://www.patrimoniouruguay.gub.uy/innovaportal/v/33491/35/mecweb/piezas_artisticas?breadid=null&3colid=33490
2014. Bienes impedidos de salir del país. Patrimonio Uruguay. Comisión del Patrimonio Cultural de la Nación. Montevideo, Uruguay. S. f. Recuperado el 15 de enero de 2014: http://www.patrimoniouruguay.gub.uy/innovaportal/v/33491/35/mecweb/piezas_artisticas?breadid=null&3colid=33490
2004. Faulkner S. *Literary Adaptations in Spanish Cinema*. Boydell & Brewer Ltd. (pp. 64)
2014. Historia. Administración de Ferrocarriles del Estado, Uruguay, s. f. Recuperado el 15 de enero de 2014, de <http://www.afe.com.uy/contenidos/historia.htm>
2014. Huellas de la Represión. Identificación de centros de detención del autoritarismo y la dictadura (1968-1985). Investigación. Centro de Fotografía de Montevideo, Uruguay. Recuperado el 16 de enero de 2014 en: <http://cdf.montevideo.gub.uy/investigaciones/huellas-de-la-represion/identificacion-de-centros-de-detencion-del-autoritarismo-y>
2014. Jasa, Hugo (s. f.) Labiografía.com. HGM Network S. L., 2000-2014. Recuperado el 15 de enero de 2014: http://www.labiografia.com/ver_biografia.php?id=29404
2002. La capacidad de gestión cultural. Agenda Iberoamericana de la Cultura. Antecedentes y perspectivas de la cooperación cultural en Iberoamérica. 18 y 19 de julio. Santiago de Chile.
2011. Listur J. M. Entrevista a la Presidenta de la Comisión del Patrimonio Cultural de la Nación, Ing. María Simon. *Patrimonio*. Comisión del patrimonio cultural de la nación. Ministerio de educación y cultura. Núm. 1 (pp. 6 – 17). Uruguay.
1999. Moneta, C. J. Identidades y políticas culturales en procesos de globalización e integración regional. En N. García & C. J. Moneta (Coords.), *Las industrias culturales en la integración latinoamericana* (pp. 21-34). México: Grijalbo.
2011. Patrimonio. Comisión del patrimonio cultural de la nación. Ministerio de educación y cultura. Núm. 1. Uruguay.

Notas

- 1 En asociación con Patagonik Film Group, Rambla producciones, Telefó. Tornasol Films, Taxi Films y los gobiernos de España, Uruguay y Argentina, *El Último Tren* ha sido acreedora del premio de Montreal al mejor guión, el premio del público de Valladolid, y el premio Ariel a la mejor película Iberoamericana. Todos los premios fueron otorgados en la fecha en que salió al público en 2002.
- 2 Precisamente, un aspecto relacionado con el contexto de la realidad social que viven los protagonistas de *El Último Tren* puede observarse en la historia de la fotografía cinematográfica en Uruguay, la cual da sentido a la comprensión de la problemática de su época. Un periodo de auge cinematográfico sucedió a la década de 1920 con la expansión de cines en los barrios de Uruguay; con este auge la crítica cinematográfica también tuvo importantes avances, pero no es hasta el surgimiento de la televisión en blanco y negro que las audiencias en las salas de cine comienzan a disminuir en 1960; paradójicamente este periodo de decaimiento acontece a la par que el golpe de Estado que sume a Uruguay en un periodo de abuso de autoridad con detenciones políticas masivas organizadas por el aparato del Estado (*Huellas de la Represión*, s. f.)

Recibido: 26/01/2014
Reenviado: 07/07/2014
Aceptado: 31/07/2014
Sometido a evaluación por pares anónimos

Página Web:

www.pasosonline.org

Correo electrónico:

info@pasosonline.org

Correo postal

P.O. Box 33

38360 El Sauzal (Tenerife) España

