

TÍTULO: LA PRODUCCIÓN DEL ESPACIO TURÍSTICO LITORAL, HACIA UNA APROXIMACIÓN CONCEPTUAL⁽¹⁾.

(1) Este artículo forma parte de la tesis doctoral desarrollada por el autor titulada „Desarrollo Turístico y Transformaciones Territoriales en el Litoral Central de Chile“

RODRIGO FIGUEROA STERQUEL *

* Doctor (c) en Geografía, Universidad de Barcelona, España. Planificación Territorial y Desarrollo Regional. Prof. Asociado Instituto de Geografía, Facultad de Recursos Naturales, Universidad Católica de Valparaíso-Chile.

Resumen: El artículo presenta preliminarmente los aportes de investigadores del turismo sobre la relación entre turismo y transformaciones territoriales en el litoral templado europeo con especial énfasis en los agentes productores del espacio que permita contextualizar las investigaciones sobre el fenómeno en Chile en el acervo teórico que ha desarrollado la geografía del turismo.

Palabras claves: ocio, turismo, geografía del turismo, transformaciones territoriales, productores del espacio turístico, impactos.

EL CARÁCTER COMPLEJO DEL TURISMO Y LA APORTACIÓN DE LA GEOGRAFÍA DEL TURISMO A SU ENTENDIMIENTO

El turismo es un fenómeno social contemporáneo, complejo y diverso.

El ocio y el turismo forman parte de la estructura económica-cultural de las sociedades industriales avanzadas (Dumazedier, 1962; Urry, 1990; Vera Rebollo coord., 1997) y es cada vez más evidente su importancia en las sociedades en desarrollo. En ambas sociedades, el aumento del tiempo libre y los ingresos permite a sus habitantes ocuparse en actividades voluntarias de interés personal, familiar o social, entre ellas hacer viajes fuera de su entorno cotidiano _ el turismo propiamente tal.

Recrearse es una actividad –como trabajar, residir o desplazarse- condicionada por las relaciones de producción imperantes (Lefebvre, 1974; Anton Clavè, 1998). Tradicionalmente, se ha concebido al ocio y al turismo, que forma parte de aquél, como un

tiempo y una actividad residual y subordinada respecto del tiempo del trabajo –el llamado *tiempo libre*–, formando parte de la función de reposición o reproducción de la fuerza trabajo, función cada vez más necesaria debido a la extremada división y fragmentación del trabajo contemporáneo (Dumazedier, 1962). Como nos recuerda Henri Lefebvre, en el sistema productivo industrial los períodos recreativos son funcionalmente necesarios para la reconstitución del capital humano y se puede distinguir una jerarquía de espacios de vacaciones en función del tipo de reconstitución y evasión que proporcionan, de las clases y grupos sociales que se asocian a su construcción y mantenimiento y de sus características físicas y su simbolismo (Lefebvre, 1976). Otros investigadores, considerando las nuevas y diversas prácticas del ocio y el turismo critican esa definición residual o negativa, para integrarla dentro de una concepción complementaria de la experiencia humana, en tanto vivencia o experiencia característica de una nueva etapa de desarrollo humano posible de encontrar en los países avanzados (Cuenca, 1995; Donaire, 1996).

En el contexto de las nuevas prácticas, las actividades de ocio y turismo, esencialmente producción y consumo de servicios complejos, se caracterizarían, tanto por ser actividades cada vez más indiferenciadas de otras actividades productivas, como por ser esencialmente experiencia, en tanto que “el carácter ocioso no viene dado por una condición apriorística sino por la valoración ... individual de la actividad realizada” (Donaire, 1995:36). Por lo tanto, la complejidad y diversidad de prácticas contemporáneas del uso del tiempo libre dejarían obsoletas las divisiones entre ocio y turismo rígidas, incluso algunos geógrafos (Jansen-Verbeke y Dietvorst, 1987) plantean su gradual desaparición, en tanto que las prácticas de ocio absorberán al turismo. Graburn (1989:24) plantea que constantemente nos encontraremos con procesos de ruptura de la cotidianeidad y la transformación de ella en espacios receptivos para disfrutar del ocio y, al decir de Donaire (1996:45), no será necesario “el movimiento y emplazamiento fuera de lo cotidiano”, hasta entonces elemento central de la definición de turismo (Pearce, 1988; Cazes, 1992).

El carácter contemporáneo del turismo es indudable debido a que las diversas formas conocidas del turismo se originan en la Revolución Industrial y deviene en masivo después de la Segunda Guerra Mundial, en las sociedades industrializadas, donde se desarrollaron una serie de factores que permitieron su aparición: expansión del tiempo de ocio y del

ingreso, consolidación de las vacaciones pagadas, la evolución tecnológica aplicada a los medios de comunicación de masas, la disponibilidad de energía barata y procesos de liberalización del transporte aéreo internacional en un marco de prosperidad y paz (Gaviria, 1974; Fernández Fuster, 1985; Poon, 1993 y Vera Rebollo coord., 1997); y la conversión del espacio desde factor de producción a objeto de consumo (Cals, 1982).

Tanto el concepto como el alcance a su evolución nos desvela que el turismo es un fenómeno complejo, en tanto es un fenómeno *multidimensional, interrelacional y evolutivo*, que afecta a la vez al espacio, la sociedad y las interrelaciones espacio-sociedad e implica que el turismo es un sistema organizado y organizante (Diénot, 1983).

Las múltiples dimensiones del turismo explican, por una parte, que haya sido concebido e investigado desde los más diversos enfoques: psicológico, sociológico, económico, geográfico, entre otros; aunque, la organización monodimensional de las disciplinas científicas ha dificultado enfoques apropiadamente integrados, lo que se ha reflejado en las diversas definiciones, que contienen las limitaciones propias de los objetivos y del conocimiento acumulado en la disciplina que le definía (Muñoz de Escalona, 1992; Fernández Fuster, 1985) incluso al interior de la misma disciplina geográfica (Luis, 1988, Cazes, 1992), lo que ha llevado prácticamente a renunciar a una definición integral. Sin embargo, desde la geografía se plantea que es en la organización del conocimiento científico del turismo donde debemos y podemos resolver el problema en “el carácter obligatoriamente interdisciplinario que ha de hacerse de aquél, de no querer reducirlo a alguno de sus múltiples aspectos” (Luis, 1988:43).

Dentro del tratamiento científico del turismo en las ciencias sociales es destacable el desconocimiento del carácter espacial del turismo, lo que ha conllevado la pérdida de oportunidades de una apropiada utilización de sus características para el desarrollo de lugares (Barba y Pié, 1996). Las excepcionales definiciones económicas que incorporan la variable espacial en el estudio del fenómeno turístico son enfáticas en destacar el carácter central del territorio en la definición, desarrollo y competitividad de los productos turísticos (Cals, 1986; Nácher y Selma, 1998).

Las definiciones operativas con fines estadísticos han acogido la perspectiva más tradicional en su definición del turismo, que se corresponde con la socioeconómica. La Conferencia Internacional sobre Estadísticas de Viajes y Turismo convocada por la Organización Mundial del Turismo en Ottawa en 1991 y los documentos de actualización en

1994, define el turismo como “las actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos al de su entorno habitual, por un periodo de tiempo consecutivo inferior a un año, con fines de ocio, por negocios y otros motivos no relacionados con el ejercicio de una actividad remunerada en el lugar visitado” (OMT, 1994). Al interior de las variables que definen el turismo se han enfatizado los viajes con destinos a un país distinto al de origen (internacional) criterio influenciado por las ideas económicas librecambistas, que ven el fenómeno desde el punto de vista exportador y el ingreso de divisas que reporta al país de destino. En cambio, los viajes realizados en el interior del propio país de origen han sido desconocidos por las estadísticas internacionales, a pesar de la antigua y acelerada expansión del fenómeno, cuestión se abordó tardíamente en 1991, al incorporarse las definiciones de *turismo interno* y *turismo nacional*. A pesar de estas carencias y limitaciones las definiciones operativas desde el punto de vista estadístico siguen siendo herramientas metodológicas útiles, debido a su carácter homogeneizador y su orientación práctica dirigida a servir de base para la construcción, levantamiento y poblamiento de bases de datos estadísticas de turismo de los países del mundo.

A pesar de que en la definición estadística del turismo se reconocen conceptos de marcada significación espacial, como viaje, estancia y entorno habitual, se tratan secundariamente en el tratamiento estadístico y constituyen un elemento opaco en la definición. Un ejemplo de esto se presenta al intentar definir en términos precisos el entorno habitual, necesario para distinguir un visitante del resto de los viajeros de una localidad. En términos generales, corresponde a los límites geográficos dentro de los cuales un individuo se desplaza para realizar su vida cotidiana (producción-consumo-reproducción). El entorno habitual de una persona consistiría en los alrededores de su hogar, de su lugar de trabajo o centro de estudios y otros lugares visitados frecuentemente. Posee dos ámbitos de análisis: la distancia y la frecuencia; considerando la distancia, los lugares situados próximos al lugar de residencia de una persona serían su entorno habitual, incluso si los lugares son raramente visitados; aplicando la frecuencia, los lugares que son visitados frecuentemente por una persona (o de forma rutinaria) se consideran que forman parte de su entorno habitual, incluso aunque estos lugares se puedan encontrar a una distancia considerable de su lugar de residencia. Al no poder dicotomizar claramente los desplazamientos turísticos fuera del entorno habitual, debido a la existencia de

superposiciones, surge el concepto de ocio-turismo de proximidad, además de los espacios de recreación o esparcimiento.

Abordando esta problemática, geógrafos de distintas latitudes, al no poder dicotomizar claramente los desplazamientos turísticos y aplicando los mismos dos criterios de análisis en sus estudios sobre los viajes por ocio fuera del entorno habitual han propuesto umbrales espacio-temporales para diferenciar las actividades de ocio y los viajes turísticos. Partiendo desde un núcleo urbano dibujan zonas concéntricas que representan los diversos tipos de práctica y desplazamiento turístico: la zona de excursión diaria, la zona de residencias secundarias y viajes de fin de semana, la zona de fines de semana largo y la zona de vacaciones o de retiro/jubilación (Claval, 1976, Ruppert, 1978; Mitchell, 1984; Shaw y Williams, 1994). A través de esas zonas es posible observar que la demanda se reduce a medida que aumenta la distancia desde la ciudad y que la oferta potencial de oportunidades vacacionales y recreativas se incrementa geométricamente, posibilitando teóricamente, a través de la interacción entre oferta y demanda, la concentración de lugares con altos grados de visita a cierta distancia del centro generador (Greer y Wall, 1979; Pearce, 1995).

En el contexto español, el geógrafo Manuel Marchena Gómez, confiere centralidad a esta problemática haciéndola un eje del concepto de turismo: “definimos el turismo como toda forma de actividad fuera del tiempo de trabajo, caracterizada por un desplazamiento de tipo no profesional (obviando el turismo de congresos) desde el lugar habitual de residencia a otro destino esencialmente extrarregional en períodos cortos de tiempo, e indiferentemente donde se encuentre este destino en período de vacaciones principales” (Marchena, 1987:17).

Como forma de abordar la ambigüedad del concepto entorno habitual, a efectos estadísticos y analíticos, algunas administraciones nacionales utilizan criterios espaciales definidos, el límite de los 40 km desde el núcleo urbano en el caso de Canadá, o criterios espaciales administrativos, el límite municipal, en el caso Español (IET, 2000). Sin embargo, la movilidad de las personas es un fenómeno que se ha agudizado en los últimos treinta años, impulsada por el automóvil y la planificación económica y territorial (Castell, 1985; IEMB, 1991) esto hace que el entorno cotidiano se disperse por el espacio y, por lo tanto, sea necesario profundizar en las motivaciones de esos viajes para estudiar el

fenómeno del viaje turístico, un tipo de movilidad que es cada vez más generalizado en las sociedades contemporáneas (Lanfant, 1994).

La generalización del turismo, es un proceso social y, también, espacial (Vera Rebollo coord., 1997). Considerando diversas escalas de generalización espacial, se evidencia la *internacionalización de la mirada turística* (Urry, 1990) así como su *interiorización* (López Palomeque, 1997). Esta generalización está caracterizada por la diversificación tanto de la oferta de productos como de la zonificación turística tradicional y por la aparición de una nueva interrelación litoral - interior caracterizada por la complementariedad, con pautas espaciales extensivas y difusas en el territorio (Bote, 1988; Cals et. al, 1995; Vera Rebollo Coord., 1997; López Palomeque, 1997).

Como se aprecia, la perspectiva geográfica ha recogido la larga discusión en el interior de las ciencias sociales sobre el concepto turismo y en su seno se han elaborado definiciones que intentan integrar los diversos y evolutivos aspectos del fenómeno, aunque sin agotarlo. Una de estas conceptualizaciones corresponde a José Antonio Donaire, quien ante las nuevas prácticas del turismo y su contextualización en la postmodernidad, avanza en la definición del turismo como “el conjunto de *actividades y comportamientos* llevados a cabo por aquellos individuos que, temporalmente y estrictamente por motivos de ocio, sustituyen su espacio cotidiano por un nuevo espacio -mediante una interfase que es el viaje- ya sea para disfrutar de los atractivos geofísicos de dicho entorno o para contemplar elementos genealógicos contenidos en él (monumentos, tipos culturales, etc.), así como el conjunto de *empresas y negocios* destinados a satisfacer las necesidades de estos individuos, tanto elementales (residencia, alimentación, etc.) como recreativas (Donaire, 1992:29, énfasis en el original). Como observamos, el concepto *habitual* desaparece en la medida que se observa la tendencia a la yuxtaposición de los diversos tiempos sociales de los individuos en el territorio configurando espacios indiferenciados en cuanto a motivaciones y actividades de uso; por otra parte integra en la definición los tres elementos centrales del sistema turístico que definiremos en el siguiente apartado: la demanda, el destino turístico y la oferta.

La relativamente reciente, aunque intensa, preocupación de los geógrafos por el estudio del turismo ha sentado los fundamentos de una geografía del turismo. Siguiendo a Pearce (1988), la geografía del turismo posee seis grandes áreas de interés común que

integran los componentes más importantes del fenómeno: 1) los patrones de distribución espacial de la oferta, 2) los patrones de distribución espacial de la demanda, 3) la geografía de los centros vacacionales, 4) los movimientos y los flujos turísticos, 5) el impacto del turismo y 6) los modelos de desarrollo del espacio turístico.

Complementariamente, Mitchell (1991) y Cazes (1992), plantean que existen tres categorías temáticas conductoras de la investigación del turismo:

1. Una temática de la *distribución*: comportamientos espaciales de la demanda, movilidad y medios para desplazarse, modelización de los flujos y conjuntos espaciales, fenómenos de difusión y de distinción, estrategias de localización, problemática de las distancias, etc.

2. Una segunda temática de la *producción espacial turística*, tanto imaginaria (representación, percepción...) como material (formas, marco y estereotipos espaciales, constantes espaciales, modelos y técnicas de ordenación, paisajes construidos, espacialización de productos, etc.).

3. Una tercera temática sobre la *articulación espacial* del “sistema-turismo” con el “sistema local”, en las múltiples modalidades de imbricación del turismo con el territorio de los otros, en el corazón de los procesos de “turistificación”, de “puesta en valor turístico” de los lugares.

Para Cazes, estos tres conceptos “mayores” permiten seguir, en geografía, los contenidos y los límites de todo estudio turístico: oferta y recursos, demanda, frecuentación, flujos y focos, emisión y destino, estación y región, ingresos e impactos o la planificación y gestión, entre otros. Significa obtener las relaciones orgánicas entre los medios de acogida realizados, las imágenes publicitarias, los paradigmas dominantes del consumo turístico y los fenómenos de retroalimentación compleja e inesperada que se dan en torno a ellos.

Desde el punto de vista de la valoración espacial de las prácticas turísticas, el turismo litoral es el que ha caracterizado al fenómeno masivo que se desarrolla en Europa durante la segunda mitad del siglo XX y el principal tipo y espacio turístico estudiado por los geógrafos. El análisis del turismo litoral, desde la vertiente espacial, ha implicado la observación y explicación de las formas de utilización del territorio propias del desarrollo de las modalidades de turismo, que suponen distintas exigencias espaciales (Valenzuela, 1986:50). Importa considerar la base territorial de la actividad turística en un medio litoral

y la funcionalidad que se otorgará a cada territorio concreto (Sánchez, 1985:104). Con ello, por encima de una mera consideración de la morfología resultante de la implantación de la actividad, se pretende conocer las formas de organización, apropiación y uso del espacio (Barbaza, 1983:481), es decir, las influencias y estructuras espaciales del turismo (Cazes y Reynaud, 1973) en las diversas escalas en las que se manifiesta el fenómeno (Dollfus, 1978; Marchena, 1987; Sánchez, 1988; Vera Rebollo, 1990; López Palomeque, 1991).

El espacio como soporte y factor del turismo litoral

La importancia del espacio en la configuración del fenómeno turístico, en general, y del turismo litoral, en particular, es evidente, debido a que se constituye en recurso, soporte y factor del mismo.

El aspecto territorial más singular del turismo, comparado con otros fenómenos productivos, es que se fundamenta en el consumo de unos recursos naturales fijados en el espacio cuya inmovilidad conlleva la necesidad de ser consumido *in situ*, y por lo tanto, es el consumidor de ese espacio de ocio el que deberá desplazarse para disfrutar de él.

Sin embargo, a pesar que para el turismo litoral, el sol, y más precisamente el nivel de insolación, combinado con el mar y la playa son los componentes que conforman el recurso a ser explotado económicamente, la sola presencia del recurso no es suficiente, ya que estos recursos deben tener las condiciones necesarias para su uso o consumo (De Artillaga, 1973; Sánchez, 1985). Además el valor recreativo del espacio evoluciona con el tiempo, en función tanto de sus características cuantitativas y cualitativas de atracción, como también, de los cambios en los gustos y prácticas recreativas de los consumidores (Valenzuela Rubio, 1986, Vera Rebollo coord., 1997).

Entonces, las actividades que constituyen el turismo litoral requieren una base territorial sobre la cual desarrollarse. El recurso geofísico valorado posee un emplazamiento y una situación en el espacio, en el caso del turismo litoral el recurso geofísico más valorado es la playa, que se constituye en un recurso primario caracterizado porque su aprovechamiento no consume el recurso, aunque al constituir un entorno eco-geográfico frágil puede ser destruido como recurso turístico y la funcionalización de su entorno puede acabar con su atractivo (Barbaza, 1970; Sánchez, 1985). Su situación permitirá su consumo, en la medida que sea accesible por algún medio.

Al plantear que el espacio geográfico es recurso y soporte se enfatiza el carácter territorial del turismo desde un punto de vista pasivo, pero a través de sus características como soporte -intrínsecas y extrínsecas, cuantitativas y cualitativas- también actúa simultáneamente como factor, es decir, tiene un papel activo en los procesos que se emplazan sobre él como resultado de su valorización social (Sánchez, 1985; Vera Rebollo coord., 1997). Esta valoración social del espacio geográfico “conduce, a su vez, a la “adecuación” de los recursos o atractivos y a su conversión en producto y oferta, objeto de la venta y consumo turístico” (Vera Rebollo coord., 1997:61). Desde esta perspectiva el territorio aporta un conjunto de potencialidades y limitaciones geográficas que serán la base para definir la existencia, desarrollo o abandono del turismo, en el caso del turismo litoral se tratará de las características físicas, sociales, económicas y territoriales precedentes a su implantación.

En síntesis, es tanto la distancia física y la dimensión del espacio geográfico, como los componentes del espacio geográfico y las escalas geográficas las que permiten verificar la diversidad y complejidad de relaciones entre turismo y espacio (López Palomeque, 1994).

EL SISTEMA TURÍSTICO

La consideración de la complejidad del fenómeno turístico ha motivado la utilización del modelo de sistema para abordar la comprensión de sus componentes e interrelaciones, pues permite abordar interdisciplinariamente las inter-retroacciones de sus elementos, dando cuenta a la vez de su diversidad y totalidad funcional, en diversas escalas y estadios evolutivos.

Varios autores utilizan el modelo de sistema, a continuación se sigue a Vera Rebollo coord. (1997:39-41) quien explicita recientemente su enfoque del sistema y distingue tres vértices de la articulación y sus elementos constituyentes: a) El turista, en su calidad de consumidor, cliente, evaluador, sujeto y objeto final del sistema, b) Los agentes productores turísticos, que compiten en los mercados por conseguir mayores cuotas en los espacios emisores y configuran complejos de articulación productivos, c) Los espacios turísticos y la movilidad en el viaje como articulación entre la emisión y la recepción; especialmente, el territorio de destino turístico.

Estos tres vértices se constituyen con los siguientes elementos básicos del sistema:

1) Los turistas como consumidores que deciden en su tiempo libre viajar desde su lugar de residencia habitual para satisfacer sus motivaciones y percepciones sobre distintos recursos de atracción turística. Los turistas están condicionados en su decisión por su perfil sociodemográfico, por los medio de comunicación y por los operadores turísticos, aspectos que constituirían también elementos del sistema turístico (Mackercher, 1999), muy influyentes, pero en una posición externa a los destinos y a su capacidad de controlarlos.

2) Los mecanismos públicos y privados que promocionan y comercializan los productos turísticos posibilitando la satisfacción de los turistas.

3) Los sistemas de transportes, conectividad y de movilidad turística que posibilitan los viajes entre los espacios de origen y de destino.

4) El destino turístico o territorio que posee una imagen más o menos reconocida para atraer a flujos turísticos. En el destino el autor en cuestión distingue a su vez los siguientes elementos básicos:

- Los recursos de atracción
- La sociedad local, en tanto que participa y decide en mayor o menor medida en los impactos que originan las actividades turísticas en su propio territorio.
- La oferta central y de servicios que hacen posible que dichos recursos puedan ser consumidos y comercializados por la demanda turística.
- Las infraestructuras y equipamientos de accesibilidad, hidrológicas y generales que articulan el territorio turístico.

Los componentes inteligentes constituyentes del sistema turístico están dotados de sus propias cualidades dinámicas y con ellas inter-retroactúan para conseguir sus propios fines a través de la consecución de los fines comunes al sistema en su conjunto, que teóricamente son conseguir la satisfacción óptima de los turistas y la estabilidad dinámica del sistema, sin embargo la multiplicidad de actores, motivaciones y dinámicas cualitativas y cuantitativas hacen complejo obtener esos resultados.

Por otra parte, no debemos olvidar que el sistema turístico es un sistema abierto a las influencias del entorno social, económico, político y territorial en sus diversas escalas de análisis, desde la local a la mundial. Estas influencias incorporan mayor incertidumbre y complejidad al sistema, por lo que se hace necesario simplificarlo para abordarlo comprensivamente.

La multiplicidad de actores que intervienen en el hecho turístico y su interacción caracterizada por la competencia y por la cooperación en función de fracciones de tiempos y escalas de espacios determinados, confieren al sistema una dinámica de inestabilidad que requiere constantes ajustes para mantener su organización. Los agentes territoriales del sistema, las organizaciones empresariales y el Estado, tienen como propósito corresponder las acciones e intereses de los actores en un momento y espacio determinado con el fin de lograr los objetivos comunes del sistema turístico. Aquí es donde se encuentran con la necesidad esencial de la coordinación de los distintos actores e intereses para el logro de esos objetivos.

Siguiendo a Vera Rebollo (1996:159), en la coordinación de los agentes turísticos “se trata de concretar y definir el papel de los agentes turísticos, públicos y privados, de acometer actuaciones y coordinar iniciativas, tanto en las que atañen a la intervenciones sobre el actual modelo turístico -áreas consolidadas y modalidades de cualificación/diversificación- como a la gestión de nuevos procesos y modalidades que pueden afectar a entornos y activos cuya puesta en valor turística aún está por realizar”. Aunque, como se advierte “la cooperación entre todas la unidades productivas para ofrecer estándares intencionales de calidad es la estrategia óptima en el medio y largo plazo... no necesariamente es el escenario más probable” (Nacher y Selma, 1993:30).

Desde el Estado la preocupación de la coordinación se realiza desde dos planos esenciales: a) La coordinación administrativa, tanto en sentido horizontal como en sentido vertical, en cuanto las estrategias turísticas remiten a diferentes niveles de la administraciones; b) La coordinación entre la administración turística y los agentes del sector, en tanto que las iniciativas y estrategias deben tener el apoyo y colaboración de los agentes actuantes (Vera Rebollo, 1996).

Desde los agentes privados la necesidad de coordinación se centra en superar los aspectos negativos de la fragmentación empresarial sobre la capacidad de presión sobre el Estado, la calidad de la oferta y la transparencia del mercado, entre otros aspectos de la configuración del producto, sostenibilidad del destino y defensa de los intereses de los agentes turísticos.

Los procesos de maduración y crecimiento de la demanda turística internacional, de globalización de los mercados turísticos, la concentración de los intermediarios y procesos de adaptación a esos cambios de los destinos más tradicionales han impulsado los procesos

de planificación en todo el mundo, que han concluido en la necesidad de mejorar los niveles de coordinación de los elementos del sistema turístico para el logro de adaptación exitosa de los destinos, sean emergentes o maduros, a esos cambios. Es así que existe consenso entre los investigadores que “cualquier planteamiento de cualificación, diversificación o desarrollo turístico debe partir de la identificación previa de los agentes dinamizadores del sistema turístico y de su concurso y aportación. Por ello un primer paso es la apuesta en común de intereses y la definición de posibles escenarios de colaboración y coordinación” (Vera Rebollo, 1996:159).

Los agentes productores de espacio turístico

Uno de los aspectos donde se observa claramente la competencia/cooperación de los elementos del sistema y la ampliación del mismo a otros elementos e influencias externas es en el proceso de adecuación del espacio para un uso turístico. Esta necesidad hace surgir la competencia entre agentes interesados en atribuir funciones, ya sean antagónicas o diversas, a un mismo territorio (Sánchez, 1985), que en el caso del litoral, se agrava por su calidad de escaso y por las múltiples e incompatibles posibilidades de uso.

El principio de polifuncionalidad inherente al espacio, enfrentado al principio de especialización en un uso (en este caso el turístico) en un tiempo determinado, en el contexto de una sociedad capitalista, se resuelve a través de la capacidad de actuación de los agentes sociales con derecho de propiedad o de ocupación del suelo para establecer en él la función que corresponda a sus intereses particulares (Sánchez, 1985:107).

Los agentes que intervienen en la funcionalización del espacio turístico son diversos, atendiendo a la clasificación y caracterización realizada por Sánchez (1985) según su función y objetivos, se identifican en el siguiente cuadro:

Tabla 1. Agentes de la configuración del espacio turístico, funciones y objetivos.

| Agentes | Funciones en el espacio | Funciones del territorio | Valor del territorio |
|---|-------------------------|--------------------------|----------------------|
| Propietarios del suelo | Producción | Capitalización | Cambio |
| Promotores urbanos (Productores de espacio) | Producción | Medio de producción | Cambio y producción |
| Empresarios turísticos (Agentes del sector) | Producción | Soporte de la actividad | Uso / Producción |

| | | | |
|---------------------------|---------------------|--------------------------------|--------------------------|
| Consumidores directos | Atribución de valor | Objeto de consumo | Uso |
| Intermediarios de consumo | Atribución de valor | Recurso productivo | Uso / Producción |
| Estado / Administración | Atribución de valor | Marco de actuación y arbitraje | Uso, cambio y producción |

Fuente: Elaboración propia en base a López Palomeque (1984), Sánchez (1985) y Anton Clavé (1998).

Como observamos en el cuadro, los propietarios, los promotores urbanos y los empresarios turísticos constituyen el conjunto productivo del espacio de destino turístico. Los consumidores directos y los intermediarios de consumo, junto con la Administración del Estado configuran el conjunto de elementos que intervienen en su definición y en su atribución de valor.

Estos agentes plasman en el destino turístico actuaciones espaciales extensivas e intensivas, las cuales, a su vez, se cruzan con la consideración del suelo como valor de uso, de cambio o como medio de producción. La utilización extensiva del suelo estará ligada fundamentalmente a una producción de espacio como valor de cambio cuando éste es adquirido para hacer de él un valor de uso en cuanto espacio de ocio particular y privatizado. La utilización intensiva del suelo dará lugar a la producción de grandes masas concentradas de alojamientos para turistas, conjuntamente con los servicios más o menos desarrollados que una urbe en crecimiento precisa y con aquellos propios del turismo que se desea atraer. La concentración, para que pueda producirse la generación de plusvalías especulativas, requerirá la construcción en altura, a fin de multiplicar la superficie absoluta de espacio de cambio o de espacio medio de producción, respecto a la superficie del suelo real. En estos espacios se tratará de construir, fundamentalmente, dos tipos de equipamiento: plazas hoteleras y apartamentos para venta o alquiler. Aquí intervienen también las exigencias de los operadores turísticos que imponen como requisitos concentración de infraestructura y equipamiento mínima (Gaviria, 1974; Sánchez, 1985:113-114).

En cuanto a la Administración, en sus diversos niveles y escalas de actuación, desde el poder central al poder local habrá que considerar su papel activo o pasivo frente a la configuración, tanto del sector productivo y de la producción de espacio necesario, como su actuación “independiente” o subordinada y respecto a quién se establece la subordinación. Por esta vía se podrá analizar su actitud frente a actuaciones globales en el área

considerada, su papel ante la planificación o las fuerzas que se verán propiciadas para alcanzar sus objetivos. También habrá que analizar el papel subsidiario que haya asumido la Administración y su participación en la pugna entre espacio público y espacio privado en las áreas de ocio, en nuestro caso áreas litorales (Sánchez, 1985:114).

González Paz (1966) con un enfoque operacional establece, en fecha temprana, las posibilidades de actuación del Estado en el sector turístico en un contexto de economía de mercado, diferenciando un triple papel del Estado:

a) Agente indirecto o subsidiario como creador de economías externas: construcción de infraestructura diversa, equipamiento cultural-natural y la formación profesional del sector.

b) Agente directo en el sector, a través de la creación de empresas turísticas propias o en concertación con empresas privadas.

c) Como animador del desarrollo turístico, a través de la promoción, impulsión y disuasión de decisiones privadas de inversión en turismo.

No obstante, el Estado, además de actuar como agente en dicho proceso, es, a la vez, árbitro del mismo, al establecer la normativa o marco legal que contempla la práctica del resto de los agentes (López Palomeque, 1984:78).

En el caso del turismo, el propio espacio de destino turístico tiene un papel fundamental para todos los agentes y son, las relaciones entre estos agentes, las que generan una nueva realidad territorial, conflictiva con los usos del suelo precedente, generadora de impactos ambientales e insuficiencia del equipamiento e infraestructura social preexistente y producen las contradicciones características del urbanismo turístico (Nácher y Selma, 1993).

Como se plantea al principio del apartado, para adentrarse en la complejidad de la producción y gestión de los destinos turísticos se requieren aproximaciones multidisciplinarias, que permitan verificar como interactúan las variables espaciales, sociales, económicas y políticas. Una aproximación de esta naturaleza la encontramos en algunas perspectivas críticas de la producción del espacio urbano de la sociología estadounidense en donde se elabora la teoría de la maquinaria de urbanización (*urban growth machine*) que parece apropiada para entender el proceso de relación entre los actores del sistema turístico, considerando que diversas descripciones del proceso de

producción de espacios turísticos costeros muestran profundas contradicciones en su desenvolvimiento debido a la transformación y destrucción de las cualidades del territorio que originó su valoración turística (Valenzuela Rubio, 1986; Marchena Gómez, 1987; Pearce, 1988; Vera Rebollo, 1990; López Palomeque, 1991) haciendo las respectivas consideraciones y ajustes a la singularidad del espacio turístico.

La maquinaria de urbanización, es un concepto complejo que conecta el sistema político con el sistema económico y el territorio. Harvey Molotch (1976), propuso que las ciudades norteamericanas habían sido manejadas con el propósito de aumentar el valor del terreno a través de programas de crecimiento y urbanización. Los intereses que ocupaban el centro de la agenda de urbanización eran los que ganaban más en este proceso. Junto con John Logan (1987) elaboró esta teoría con un enfoque en los distintos valores que posee el territorio, por un lado como lugares que alojan usos particulares (valor de uso) y por el otro como parcelas que rinden lucro a través del proceso de compra-venta y de renta (valor de cambio). En Estados Unidos los valores de renta del suelo tendían a dominar sobre los valores de uso cuando estaban en conflicto.

De esa manera los autores explican la base de concentración del poder urbano en vez de simplemente observar los resultados. Propusieron que la maquinaria de urbanización estaba impulsada por una *coalición de crecimiento (growth coalition)*, entendida como una coincidencia de intereses espacialmente próximos entre capitales invertidos en el desarrollo del suelo, las propiedades, el comercio y el turismo, por una parte, y los funcionarios de las Administraciones locales, por otra. Esta coincidencia de intereses se centra en la expectativa de que cada uno se beneficiará directa o indirectamente del aumento de los subsidios públicos y de las inversiones privadas en infraestructura, capital cívico, construcción y actividades relacionadas que atraen personas, empleadores y puestos de trabajo a un área local. En el corazón de esta coalición está la clase “rentista” -centrada en torno a los promotores y agentes inmobiliarios y la banca, quienes tienen interés en el intercambio de propiedad y de suelo-; los rentistas están apoyados por un número de actores auxiliares incluyendo los medios de comunicación, las universidades, los servicios, los clubes deportivos profesionales, las cámaras de comercio y actores similares (Molotch, 1993).

Implícito en la tesis de las maquinarias de urbanización está el concepto de escala espacial que muestra a los lugares y ciudades insertos en una jerarquía de territorios

correspondiéndose más o menos a cada nivel de la Administración. Esta jerarquía territorial ofrece una variedad de “estructuras de oportunidades políticas” (Miller, 1994) para promover el crecimiento urbano y el cambio en el uso del suelo. De esta forma, los lugares, las ciudades y las regiones compiten entre sí por los escasos recursos muebles, un proceso que a menudo es promovido por los propios subsidios gubernamentales (Molotch, 1993). A pesar que el concepto original de maquinaria de urbanización se refiere a las ciudades norteamericanas, diversos estudios posteriores muestran la pertinencia de su aplicación en otras ciudades y contextos (Jonas y Wilson eds., 1999).

El concepto de maquinaria ofrece una descripción de las dinámicas centrales y un punto de partida de las relaciones de poder sobre el territorio turístico pero deja espacio para contingencias contextuales. De hecho, las maquinarias han sido resistidas por sectores que quieren preservar ciertas cualidades del territorio (Molotch y Logan, 1984). Un estudio sobre reformas a la "maquinaria de urbanización" entre 1970 y 1980 (Warner y Molotch, 2000) demuestra que ésta continuaba en funcionamiento pero tuvo que adaptarse al nuevo contexto político de las localidades, aplicando formas de urbanización más atentas al medio ambiente, al patrimonio y a las necesidades sociales, situaciones que son posibles de proyectar ante las nuevas oportunidades y necesidades turísticas.

Los conceptos de maquinarias de urbanización y coalición de crecimiento aparecen como herramientas metodológicas válidas para intentar explicar la articulación de los agentes del sistema turístico y entender por qué el proceso de desarrollo turístico en ciertos destinos ha evolucionado de tal forma hasta transformar agudamente las condiciones precursoras y, en algunos casos, los recursos que dieron origen a la demanda del destino y a la actividad turística propiamente tal.

LA IMPLANTACIÓN Y ARTICULACIÓN TERRITORIAL DEL TURISMO

Como hemos expuesto en párrafos anteriores, la práctica de las actividades turísticas conlleva diversas formas de utilización del espacio y algunas de ellas pueden llegar a actuar como factor estructurante del mismo. El turismo, pone en marcha procesos dotados de gran capacidad organizadora del territorio y es afectado, a la vez, por otros fenómenos igualmente dotados de esa capacidad, como la industrialización o la urbanización (Valenzuela Rubio, 1986).

El proceso de funcionalización del territorio cuando se orienta principalmente a la actividad turística es la causa de los impactos que denotan las transformaciones territoriales (Sánchez, 1985:119 y 1988:32-33). Se trata de una transformación de la base económico – territorial, con la consiguiente reconversión y génesis de espacios productivos (Vera Rebollo, 1990:91).

La configuración definitiva del espacio de destino turístico estará afectada por la capacidad de consumo de los turistas, la capacidad de inversión de capital y la capacidad de trabajo de la mano de obra. Estas capacidades pueden responder a dinámicas externas que pueden ir desde la escala local a la internacional en función de la magnitud del ciclo producción y las características del consumo que se realiza en el propio espacio de destino turístico (Anton Clavé, 1998).

Además, determinadas estructuras precedentes la condicionan y pueden explicar en una u otra medida las características que ha adoptado el espacio de destino una vez se ha configurado como turístico. Pearce (1988) señala unos factores incidentes definidores del potencial turístico: además de los recursos naturales, la propiedad y el uso anterior del suelo. Otros aspectos de la anterior estructura y su influencia, como las infraestructuras generales, pueden llegar a tener un papel conflictivo, como consecuencia de la improvisación o falta de planificación (Vera Rebollo, 1990).

Cada modalidad de turismo presenta diferentes exigencias espaciales y pone en marcha a distintos agentes turísticos y es en la franja litoral donde adquiere su mayor relevancia la configuración de un nuevo sistema de asentamientos específicamente turísticos; una nueva realidad territorial sobrepuesta a la existente, a la que distorsiona y

somete a un nuevo esquema de relaciones funcionales (Valenzuela, 1986; Vera Rebollo, 1990).

En el caso del turismo litoral, una primera distinción pertinente corresponde al turismo itinerante y al turismo residencial. El turismo itinerante, característico de los viajes organizados, hace un uso intensivo del espacio asociado a valores de uso y de producción propio de los empresarios turísticos y de los intermediarios de consumo. En cambio, las distintas modalidades de turismo de estancia o residencial presentan por lo general, grandes exigencias espaciales, asociadas al valor de cambio del suelo ligados a los propietarios y promotores urbanos, siendo éstas exigencias máximas en el caso del turismo litoral (Sánchez, 1985; Valenzuela Rubio, 1986).

Además de modelos distintos de organización del espacio turístico, turismo itinerante y turismo de estancia -o residencial- implican diferentes dinámicas y trascendencias socioeconómicas. El turismo itinerante se relaciona claramente con el alojamiento en hoteles, hostales y campamentos de turismo, por lo tanto, la unidad de producción es el establecimiento que presta servicios de alojamiento y que, en los espacios turísticos europeos más relevantes depende de la relación que los operadores -habitualmente extranjeros- establecen con la demanda, situada en el exterior (Gaviria dir., 1974; Valenzuela Rubio, 1986). El modelo de organización territorial es del tipo ciudad o gran núcleo turístico, con un fuerte aparato comercial, relacionado con estancias cortas y gran concentración de servicios adicionales al viaje y alojamiento y segmentos de demanda cuyo poder adquisitivo condiciona la variedad y calidad de dichos servicios. De este tipo de turismo se desprenden dos conclusiones importantes: a) existe una alta dependencia respecto a las agencias extranjeras, y b) poseen variaciones anuales en cuanto a la ocupación que producen una fuerte inestabilidad, de manera que la promoción en los mercados de mayor relevancia es una inversión imprescindible que se debe mantener y mejorar año tras año. (Vera Rebollo, 1990; Pearce, 1995)

El turismo de estancia puede ser resultado de la evolución a partir del turismo itinerante y representa la estancia -más o menos prolongada- en departamentos y viviendas como modalidad de alojamiento. En este caso, la relación productiva se produce con el asentamiento turístico, característico del litoral mediterráneo cuyo modelo más singular de implantación en el territorio es el conjunto residencial o urbanización turística. En ese

sentido, la rentabilidad privada de este modelo de desarrollo turístico en el territorio se asocia con la venta de suelo, la construcción y la promoción inmobiliaria y, en menor medida, con el aparato de prestación de servicios (Cals, 1982; Valenzuela Rubio, 1986; Pearce, 1988; Vera Rebollo, 1990).

El alojamiento turístico residencial se identifica con unidades de vivienda que se mueven en un mercado de alquileres y compraventas relacionadas claramente con la afluencia turística. Pero, además de los criterios de funcionalidad y localización, se deben considerar en la diferenciación, la motivación de los ocupantes, su origen y periodos de ocupación de la vivienda (Marchena Gómez, 1987; Vera Rebollo, 1990).

Aquí conviene diferenciar la modalidad del turismo de proximidad, realizado en el espacio recreativo próximo a las grandes ciudades, caracterizado por utilizar como alojamiento la segunda residencia, que suelen corresponder a parcelaciones y poseer una frecuencia de utilización variable, generalmente los fines de semana, a lo largo de todo el año; es un fenómeno que aparece localizado tanto en el interior como en la costa y están asociadas al proceso de crecimiento urbano (Valenzuela Rubio, 1986; Vera Rebollo, 1990).

Dentro de un marco arquitectónico y posibles de reconocer como fenómenos existentes al interior de los *turismos* itinerante, residencial y de proximidad, Barba y Pié (1996) distinguen y caracterizan tres categorías de edificaciones básicas que definen a los lugares turísticos especializados, sobre la base del análisis de los productos propuestos por el sector hotelero, las experiencias de gestión de los operadores turísticos y las nuevas tendencias del consumo del espacio, estos son: *el chalet*, para segunda residencia, aunque también para el alojamiento turístico costero; *el hotel* con todas sus variantes y *el resort* o el *núcleo de vacaciones*, con su anclaje en un golf, marina o pista de esquí.

La capacidad organizadora y transformadora del turismo se observa claramente en su modelo de implantación y la transformación del modelo territorial preexistente, pues el turismo crea asentamientos específicos al mismo tiempo que transforma, a menudo, profundamente los ya existentes (Barbaza, 1970; Valenzuela Rubio, 1986; Vera Rebollo, 1990; Antón, 1998; Barba y Pié, 1996).

En este sentido, Cals (1982) distingue tres formas de implantación del turismo en el litoral mediterráneo español caracterizadas por: a) la densificación de un núcleo tradicional o primario costero; b) la extensión del crecimiento a la zona de ensanche inmediata de los

núcleos anteriores; b) la extensión difusa al entorno rural a través de “urbanizaciones” que intentan seguir el modelo de ciudad jardín.

Valenzuela Rubio (1986) cree necesario diferenciar aquellas implantaciones apoyadas sobre ciudades ya existentes con anterioridad -grandes o medias-, de las surgidas en torno a pequeños núcleos costeros de base primaria -agrícola y pesquera-, en donde se concentran los mayores estragos del modelo urbano-turístico de asentamientos del mediterráneo español. La ciudad turística presenta unos procesos de ocupación del suelo y una problemática espacial singulares caracterizadas por: a) Tener una lógica de centralidad secundaria en comparación con los recursos turísticos, b) Un modelo de ocupación del suelo difuso, c) Una inflación de la oferta de suelo urbanizable en relación con el de construcción, d) Una estructura urbana con una función residencial diversa donde los equipamientos para el ocio son relevantes, e) Una tipología edificatoria de carácter intensivo -apartamentos, hoteles y resort- sobre las primeras líneas de playa y f) Una demanda de equipamientos fluctuante en el tiempo caracterizada por la estacionalidad (Valenzuela Rubio, 1986; Barba y Pié, 1996).

Por otra parte, los destinos turísticos implantados sobre asentamientos menores se caracterizan por: a) Su especialización turística que define su dependencia respecto a los centros urbanos diversificados cercanos para el aprovisionamiento, b) Un tipo de asentamiento turístico extenso denominado genéricamente “urbanización”, c) Son fruto de promociones inconexas y autónomas con ausencia de planteamiento integrador, d) Aprovechan la estructura rural preexistente y e) Una tipología edificatoria extensiva -chalet, vivienda unifamiliar. (Valenzuela, 1986; Barba y Pié, 1996).

Siguiendo a Vera Rebollo (1990), la ciudad turística, en tanto destino turístico, se caracteriza en última instancia por ser una realidad muy compleja ya que es, a la vez, *ciudad-producto*, se vende su imagen, en el caso litoral, asociada a los atractivos playa y animación y, al mismo tiempo, es *ciudad productiva*, es decir una unidad territorial que produce y presta sus servicios relacionados con las actividades ocio turístico. De este dualismo derivan buena parte de sus contradicciones, reflejadas en el diseño de la estructura urbana e incluso del hábitat antes mencionadas.

Para Anton Clavé (1998), la especificidad de la ciudad turística está dada porque: a) Su valor de lugar está dado por el uso que realiza el consumidor; b) Evoluciona en el

tiempo en función de: i) La oferta de atractivos y equipamientos, servicios e infraestructuras públicas y privadas; ii) La demanda, dadas por las tendencias de las preferencias recreativas. Esta mezcla de oferta y demanda crea un imaginario específico de cada lugar. Por lo tanto nos encontramos ante un fenómeno que está en constante evolución.

El lugar o espacio turístico tiene un objetivo teórico de responder a la necesidad de satisfacer la voluntad de un consumo estacional o esporádico de las personas (ocio) e implica una funcionalidad, un *hábitat* y una dinámica que le singulariza respecto a otros poblamientos y está caracterizado por: a) Poseer una movilidad trabajo-residencia muy atenuada; b) Tener una lógica de centralidad secundaria ante los recursos valorados y 3) un *hábitat* que incorpora dimensiones en función del ocio (deportivo, recreativo, sanitarios) (Vera Rebollo, 1990).

Anton Clavé (1998) sintetiza que estructuralmente los espacios de destino litoral, en tanto sistema productivo, poseen tres características fundamentales: a) Se fundamentan en el aprovechamiento privado de recursos públicos y en la provisión de servicios con un elevado componente de intangibilidad; b) Implican la concurrencia de actividades productivas complementarias de localización sólo parcial en el destino; c) Son especialmente sensibles a los cambios socioeconómicos y culturales en las sociedades emisoras y a las estrategias de los agentes de los espacios receptores.

Subiendo en la escala de análisis, en un nivel intermedio entre el local y el regional se encuentra el municipio turístico, un territorio con una base económica muy polarizada y monoespecializada, cuya organización espacial muestra el carácter exclusivista del municipio turístico, apoyado en la planificación urbana, el crecimiento urbano, la visión fragmentada y descoordinada de otras escalas (Vera Rebollo, 1990).

A aquello se suma la escasa preocupación oficial por el impacto territorial del turismo, además de la desproporción entre competencias asignadas a los Ayuntamientos y recursos puestos a su disposición (Cals, 1986:160), también la compleja cuestión de la desproporción entre inversión pública y privada en el desarrollo turístico, desde el momento en que la implantación de la actividad por los empresarios se beneficia de unas externalidades derivadas del medio físico y cultural que no revierten a la colectividad (Vera Rebollo, 1990).

Los municipios turísticos deben hacer frente a cuantiosas inversiones en servicios públicos, claves en una ciudad que debe vender su imagen. Esto ayuda a entender que los diversos impuestos relacionados con la construcción y mantención inmobiliaria contribuyen a mantener elevados presupuestos, muy por encima de municipios con tamaño similar o mayor cuya dedicación es industrial o rural. Aunque, como señala Cals (1982), los gobiernos municipales no han sacado el máximo beneficio que ofrecía el marco impositivo.

En síntesis, “el municipio turístico como realidad socioeconómica y territorial muy especializada muestra las tensiones y conflictos del desarrollo de una actividad fuertemente consumidora de espacio. Pero los mayores inconvenientes derivan de la tendencia a que espacio turístico sea sinónimo de venta de suelo y promoción de unidades residenciales” (Vera Rebollo, 1990:96).

El espacio turístico y su relación con la estructura regional.

Otro aspecto de la implantación turística por sus repercusiones en la organización del espacio, es la relación que se establece entre el territorio afectado directamente (donde se localiza el alojamiento y se realiza la prestación de servicios) y los llamados espacios complementarios. Se trata de una escala de trabajo que parte de la consideración de que el nuevo espacio turístico no es autosuficiente (Sánchez, 1988:30), sino que trasciende el estricto límite de los municipios afectados y privilegia el marco de análisis regional, se trataría de la escala más significativa para interpretar las consecuencias espaciales del desarrollo turístico.

A esta escala de análisis la relación entre ambos espacios se vuelve más complejo, por cuanto el nuevo espacio turístico necesita del resto del territorio tanto recursos físicos y como humanos y, lo más importante, las corrientes de afluencia. La tendencia observada sobre la implantación del poblamiento turístico demuestra una progresiva ampliación del área funcionalizada por la nueva actividad, de tal forma que , cuando irrumpe en un territorio, el proceso va desbordando progresivamente hasta articular el espacio a partir de tres factores básicos: asignación de recursos (agua, infraestructuras, inversiones), mercado de trabajo y expansión de las áreas en expectativas directas de urbanización (Barbaza, 1970; Vera Rebollo, 1990).

Estudiando el fenómeno turístico a la escala de análisis regional aparece uno de los mayores conflictos territoriales asociados al turismo: los denominados desequilibrios territoriales, como resultado de la acentuación de los contrastes entre espacios con niveles de renta diferenciados y la acumulación de las inversiones públicas y privadas en esas áreas de mayor productividad, cuyas únicas soluciones derivan de la planificación integrada, la consideración del coste y beneficio social de las inversiones públicas y el establecimiento de una fiscalidad específica basada en un criterio de solidaridad entre las áreas receptoras y los espacios subordinados/complementarios (Vera Rebollo, 1990).

Existe consenso entre los investigadores del turismo que la orientación del desarrollo turístico hacia un crecimiento continuado del alojamiento y desde la perspectiva de una rentabilización a corto plazo ha sido la causa de problemas territoriales que derivan tanto de la competencia con otras actividades como de las propias contradicciones internas del modelo turístico vigente.

Desde la Academia y las prácticas aplicadas de las ciencias geográficas se plantean la necesidad de políticas sobre el espacio turístico, ya que las actuales se quedan en los planeamientos sectoriales, sin llegar a verdaderas acciones integradas.

La oportunidad de una reflexión sobre las dinámicas actuales y la posible rectificación de determinados procesos se plantea desde dos perspectivas: i) la oferta y se centra en la necesidad de una cualificación; ii) el problema de la imbricación del desarrollo turístico en el territorio regional, en un marco de planificación integrada, a escala regional.

Los impactos del turismo sobre el medio ambiente natural y cultural

Los impactos del turismo litoral son variados y han sido investigados desde la economía, la sociología y la geografía considerando la masividad de su desarrollo en el litoral mediterráneo y sus implicancias positivas y negativas han sido desveladas y denunciadas respecto al mismo futuro del desarrollo turístico (García Novo, 1982; Cals, 1982; Valenzuela Rubio, 1986; Vera Rebollo, 1990; Pircornell, 1993)

Siguiendo a García Novo (1982), los efectos de la expansión del turismo han representado para los ecosistemas litorales en una perturbación y degradación irreversible de amplios sectores, principalmente del mediterráneo español. Sin embargo, Picornell (1993) nos señala situaciones en que esta relación puede ser de indiferencia o simbiosis. Ambos autores reconocen causas y factores de tal alteración medio ambiental en la

demanda que el turismo supone de espacio para servicios -vías de comunicación, alojamientos, alimentos y materiales, agua, alcantarillado, escombros, servicios sociales (para anfitriones y huéspedes) y esparcimiento paisajístico (que producen la irrupción y desorganización de las comunidades naturales y humanas; la predación y pisoteo de especies y la eutrofización de biotopos (García Novo, 1982)- y a la propia actividad de los turistas que amplía la zona de impacto más allá de las propias infraestructuras de servicios.

Pircornell (1993) demuestra que existen tanto beneficios como costes económicos del desarrollo turismo. Los beneficios generales son la favorable contribución del turismo a la balanza de pagos, a la generación de empleo y renta y, en menor medida, al estímulo a la inversión privada. Estos beneficios económicos han sido acompañados por una diversidad de costes ignorados, hasta hace poco tiempo: fugas económicas hacia las áreas de origen, inflación, especulación del suelo, baja amortización de las inversiones provocadas en parte por las fluctuaciones estacionales de la demanda y una sobredependencia de la oferta turística local de las áreas de emisión de turistas y otra dependencia, a la vez, del subsector turismo del conjunto de la economía local. El balance del aporte de la industria turística a la economía hoy es más crítico (Pircornell, 1993:75).

En su análisis sobre el impacto sociocultural del turismo, Picornell (1993) analiza los cambios en la sociedad y en el modo de vida de los residentes en las áreas de recepción de turistas. Este cambio afecta a múltiples variables, entre ellas: formas de vida, sistemas de valores, comportamiento individual, relaciones familiares, estilos de vida colectivos, niveles de seguridad, conducta moral y política, expresiones creativas, cultura tradicional, entre otros. El autor plantea que si bien en determinados casos el turismo puede funcionar como un estimulador de fenómenos culturales auténticos la mayoría de veces los subyuga y trivializa y concluye que el turismo es un medio muy pobre para establecer la comunicación internacional y la preservación y mantenimiento de las formas tradicionales de cultura (Pircornell, 1993).

Para los investigadores del turismo desde la vertiente espacial los factores generadores del deterioro del ambiente natural y cultural del turismo están dados por una inadecuada planificación y gestión territorial, que en el contexto mediterráneo Vera Rebollo (1990) los ha caracterizado por:

a) Ausencia de control del crecimiento de las áreas turísticas que han alcanzado densidades superiores a la capacidad de acogida física del territorio.

b) Inadecuación de usos del suelo respecto a la vocación y tolerancia de los ecosistemas.

c) Irracional distribución y localización de usos y sistemas, y la desafortunada integración paisajística de las actuaciones.

d) Escasa preservación de espacios libres en áreas impactadas por el turismo masivo.

e) Generalización de vertidos y la sobreexplotación (con salinización por intrusión marina en entornos litorales) de los recursos hídricos superficiales y acuíferos.

f) La destrucción de áreas de singular valor paisajístico y ambiental.

g) Los desafortunados modelos de implantación urbana y de estética edilicia.

RELACIÓN DE TODO ESTO CON LO SIGUIENTE

LOS APORTES DE LA MIRADA ESPACIALIZADA AL FENÓMENO TURÍSTICO EN CHILE

La relativamente reciente aparición del turismo como actividad organizadora del espacio chileno y generadora de transformaciones territoriales puede explicar su escaso tratamiento desde la Geografía.

El fenómeno turístico en Chile ha estado presente desde hace tiempo en su versión elitista aristocrática, pues se encuentran referencias desde fines del siglo XVIII que describen viajes de placer y ocio de extranjeros en Chile y la existencia de equipamiento explícito para cubrir estas demandas, así como constantes referencias, en círculos aristocráticos, a los balnearios Europeos del siglo XIX que llenan la imaginaria de la aristocracia chilena y que intentan ser reproducidos en Chile. Mas, es la aparición del automóvil a principios del siglo XX y la formación de las organizaciones con fines de promoción del turismo (clubes de automovilistas, oficinas de turismo municipal) las que forman las bases del turismo actual, centrado en el desarrollo del turismo interno y la recepción de visitantes extranjeros del contexto regional sudamericano. La afición al viaje durante el periodo de ocio se va extendiendo paulatinamente a mayores capas sociales a lo largo del siglo XX, en la medida que la sociedad chilena se urbaniza, se crean las redes de comunicaciones y se extienden los medios de comunicación masivos (ferrocarril y autobuses) que unen las áreas de origen de los recursos naturales y humanos con las áreas de producción (interior -rural y urbano-) con los puntos de exportación (el litoral), que aprovecharan posteriormente los flujos turísticos.

La aproximación geográfica hacia el fenómeno en Chile se ha focalizado espacialmente la región central de Chile, específicamente en el litoral. Los acercamientos al problema han sido fundamentalmente desde la geografía física y la geografía urbana; el primer enfoque, con un énfasis descriptivo, se ha preocupado de identificar los impactos de actividades residenciales, industriales y turísticas en ambientes frágiles del litoral: playas, dunas y humedales y a proponer medidas de prevención y mitigación de los impactos (Andrade y Castro, 1987). El enfoque urbano, también de carácter descriptivo, se ha ocupado de la identificación de cambios en la estructura territorial y nuevas formas de

actuación urbanística, constatado el fuerte impacto territorial que producen las actuaciones inmobiliarias y de construcción, entre las actuaciones más novedosas y de mayor crecimiento están las destinadas al ocio y al turismo (Negrete, et al., 2000).

Desde el punto de vista de los agentes productores de los espacios de ocio, se perciben los instrumentos de planificación del sector público como débiles e incompletos ante las nuevas lógicas de la empresa privada de carácter metropolitana y mundial, rebasando el marco local y nacional de ocupación y gestión del territorio (Negrete, et. al. 2000).

Hacia fines de la década de los ochenta, época caracterizada tanto por la liberalización económica y la respectiva reducción de la acción y tamaño del Estado en Chile, como por la adquisición de conciencia junto de los efectos acumulativos de las actividades humanas sobre el medio ambiente, se evidencia, tanto la degradación del paisaje litoral, por efecto de las presión de las diversas actividades humanas, como la incipiente identificación del problema y el planteamiento de alternativas de solución teniendo como marco de referencia la sustentabilidad ambiental. Entre los conflictos más frecuentes que tienden a la degradación del ambiente litoral, fueron identificados: las urbanizaciones en sitios sensibles a la erosión, frecuentación excesiva de sitios en vehículos motorizados, descarga de basuras, localización de equipamiento turístico infraequipados y la extracción de arenas para la construcción en áreas cercanas a centros turísticos y centros poblados (Andrade y Castro, 1987). Los investigadores abogan por la necesidad de efectuar un inventario que permita evaluar aspectos relacionados con la dinámica natural de la evolución dunaria y las interrelaciones con los usos que este medio soporta, proponer las medidas básicas de protección del paisaje y obtener una política de planificación y manejo con el fin de asegurar el desarrollo equilibrado y coordinado del borde costero.

La creciente especialización funcional de los espacios del entorno de la Región Metropolitana de Santiago (región capital del país y centro funcional sudamericano), como expresión del despliegue de la política económica neoliberal, fue el contexto idóneo en la década de 1990 para la evolución conceptual e investigación de la llamada *Macro-Zona Central de Chilena* (CII/MECSA/INECON, 1993), en donde el ocio turístico tiene un papel fundamental en la vinculación del área de estudio con el mercado global y como estructurador territorial de las áreas costeras marítimas e interiores.

En ese contexto, Figueroa *et al.* (1995) realizan un primer balance espacializado de la actividad turística, destacando, por una parte, la importancia turística de la costa de la Región de Valparaíso para la demanda internacional y nacional, en este último caso, principalmente de la vecina Región Metropolitana de Santiago, y, por otra parte, el crecimiento y concentración de la oferta de infraestructuras turísticas y de ocio, desde el comienzo de la década, especialmente de complejos inmobiliarios-turísticos -tipo resort- destinados a segunda residencia o a enclaves turísticos, incluyendo el tiempo compartido, con financiamiento extranjero en algunos casos. Esta especialización funcional de la costa regional en ocio y turismo revelan cambios y reforzamientos en las lógicas de estructuración territorial y la generación/acentuación de diversas disparidades entre la costa y el interior de una misma localidad y entre el litoral y el interior de la Región.

Figueroa *et al.* observan una generalización espacial del turismo en Chile en un proceso que se difunde radialmente desde la Región Metropolitana hacia el resto del espacio de la Macro-Zona Central, impulsada tanto por la concentración de la demanda en un espacio geográfico muy degradado (cuenca industrializada y poblada con cuatro millones de habitantes y una inversión térmica atmosférica de baja altura) y que ha aumentado sus rentas en forma constante a lo largo de la década de 1990 y localizada a menos de 120 minutos de los centros turísticos de montaña, campo y costa. Este proceso de generalización espacial del turismo ha sido fomentado y se ha apoyado en las inversiones del Estado destinadas a aumentar la rapidez de los procesos de intercambio de mercancías, información y personas y la funcionalización de la Región Metropolitana como centro de comando del sistema productivo nacional y sudamericano.

Durante la década de los noventa el Estado chileno, a través de su administración descentralizada, con la mirada puesta en las experiencias en el mundo, ha valorado las actividades turísticas como potenciales dinamizadoras de espacios socioeconómicamente deprimidos, especialmente los rurales, considerando las positivas evaluaciones que desde el enfoque económico se hacen de los destinos turísticos litorales, y como expresión de las disparidades en la localización de las actividades turísticas.

Como expresión de estas valoraciones algunos estudios geográficos -aplicados a la labor del Estado- se han dirigido a evaluar las posibilidades de las áreas rurales para

soportar actividades de ocio y turismo. En ese sentido, Gómez (1999) hace una valoración positiva de las potencialidades que posee el campo para el desarrollo de actividades turísticas basadas en la cultura y el medio rural, sin embargo, observa serios obstáculos para avanzar en la habilitación de empresas turísticas que permitan obtener ingresos complementarios a las familias y comunidades locales de estructura silvoagropecuaria, obstáculos que dan cuenta de la dispar captación de excedentes e inversión pública en el espacio rural, comparado con el urbano. Aún así, se avanza en la jerarquización de localidades, organizaciones y proyectos con mayor capacidad para generar experiencias de desarrollo local sobre la base de actividades turísticas rurales, que se bien no acuden a focalizar en las áreas más deprimidas permite comenzar en los territorios con mayor aptitud actual.

Estudios recientes interesados en deshilar la complejidad territorial creciente del Chile central han puesto el acento en los nuevos modelos de urbanización residencial y turística del borde costero y en intentar dilucidar su funcionalidad y relaciones con el sistema nacional y mundial. Estas nuevas realidades urbanas tienden a responder a la complejidad urbana de una gran ciudad, con una doble dependencia, del centro metropolitano - integrado y globalizado- y de las del tradicional balneario costero próximo, incapacitados para integrarse por las escalas de desarrollo preexistentes, todo lo cual impone nuevos desafíos a una necesaria gestión integral del borde costero. Se concluye que dada la complejidad y fragilidad física y socioeconómica del borde costero, estos nuevos modelos de implantación turística y residencial resultan mucho más exigentes en territorio y en recursos y mucho más pródigos en deterioros y residuos que el de los antiguos balnearios (Negrete, et al., 2000).

Analizando el sistema de relaciones de los actores comprometidos en la construcción de estos espacios, permitió demostrar a Warner y Negrete (2002), haciendo uso del marco teórico de la *maquinaria de urbanización*, que la fuerza de las instituciones nacionales (burocráticas, políticas y económicas) concentradas en Santiago, tiende a limitar el control de las elites locales sobre los mecanismos de urbanización y, a la vez, remueve de la comunidad local las decisiones sobre los valores de uso del territorio y recomiendan que se refuercen e institucionalicen los mecanismos de planificación local y participación ciudadana para proveer marcos que aseguren un desarrollo urbano más sostenible y

permitan un apropiado contrapeso a las presiones crecientes y exógenas para construcciones inmobiliarias.

En el caso chileno, la maquinaria de urbanización se caracteriza, de acuerdo con Warner y Negrete (2002), por:

1. La promoción de las actividades con valor de cambio por sobre las de valores de uso

2. El retraso institucional de la Administración, carente de planes y programas apropiados que permitan hacer frente a las presiones de las crisis económicas y carente de regulación para nuevas actividades.

3. El dominio en la implementación de los planes por parte los promotores privados, con potestades de interpretación de la implementación del plan público.

4. Beneficiarse de una ciudad primada, donde el compromiso de participación del consumidor final del producto es escaso.

5. Utilizar la generación de empleo como justificación y presión.

6. Fomentar y justificar obras cualquier precio, como medida de legitimación política de los políticos en el poder y de la actuación de la administración pública

7. *Globomorfología*. Imagen de modernidad globalizada.

8. Enfrentarse a contrapresiones de la sociedad que actúa mediante a) Procesos de evaluación de impacto ambiental (Instrumentos arbitrados por la Administración); b) Grupos organizados de ciudadanos (propietarios y residentes) mediante el empleo de estrategias como la técnica, la contrapropuesta y la legalidad, que realizan una presión participativa mediante actividades, uso medios de comunicación y negociación, aunque poseen limitaciones como el alcance geográfico, la continuidad del movimiento, el equilibrio del poder reactivo versus poder proactivo y el capital cultural disponible; c) el principio de sustentabilidad del crecimiento, logrando el equilibrio entre seguridad económica, integridad medioambiental, calidad de vida y empoderamiento con responsabilidad de los actores.

Finalmente, en el balance de la actuación del Estado, los avances logrados en ordenación territorial y protección ambiental durante la década de 1990 -a modo de reestructuración del modelo de desarrollo y controles a las *máquinas de crecimiento*- se han

puesto a prueba con los nuevos emprendimientos turístico inmobiliarios sobre el litoral, siendo necesaria la puesta al día de los instrumentos de actuación, fundamentalmente a través de la integración de los instrumentos de planificación territorial, la evaluación de proyectos y la evaluación ambiental estratégica (Negrete, *et al.*, 2000).

BIBLIOGRAFÍA

- Andrade, B. y Castro C. (1987). “Antecedentes sobre la valorización y manejo de costas arenosas en Chile”. *Revista Geográfica de Chile. “TERRA AUSTRALIS”*. N 30:151-157.
- Anton Clavé, S. (1998): “La urbanización turística. De la conquista del viaje a la reestructuración de la ciudad turística”. *Documents d'Anàlisi Geogràfica*, 32:17-43.
- Barbaza, Y. (1970): “Trois types d'intervention du tourisme dans la organization de l'espace litoral”, *Annales de Geographie*, 434:446-469 (Barbaza, Y. (2000): “Trois types d'intervention du tourisme dans la organization de l'espace litoral”, *Treballs de la Societat Catalana de Geografia*, 50:9-30).
- Barbaza, Y. (1983), “L'approche géographique et thematique des loisir”, *Norois*, 120:481-490.
- Barba, Rosa y Pié, Ricard, eds. (1996): *Arquitectura y turismo: Planes y proyectos*. Centre de Recerca i projectes de paisatge, CRPP. PUC., Barcelona.
- Bote, V. (1988): *Turismo en espacio rural. Rehabilitación del patrimonio sociocultural y de la economía local*. Popular. Madrid. 134 págs.
- Cals, J. (1982). *La Costa Brava i el turisme. Estudis sobre la política turística, el territori i l'hoteleria*. Kapel SA. Barcelona, 271 págs.
- Cals, J. (1986): “Turismo y Territorio: los términos de una dialéctica”, En *Ecología, economía y turismo en el Mediterráneo*, Ayuntamiento de Benidorm y Universidad de Alicante, págs. 153-162.
- Castell, M. (1985). "El impacto de las nuevas tecnologías sobre los cambios urbanos y regionales", en *Metrópolis, territorio y crisis*. Asamblea de Madrid. Madrid, págs. 37-62.
- Cazes, G. y Reynaud, A. (1973): “Presentation”, *Travaux de l'Institut de Géographie de Reims*, 13-14:4-5.
- Cazes, G. (1992): *Fondements pour une Géographie du tourisme et des loisirs*. Bréal, París, 189 págs.
- Claval, P. (1976): *Eléments de géographie économique*. Editions M-Th. Genin, París. 362 págs.
- Comite Interministerial de Infraestructura – MECSA / INECON [CII/MECSA/INECON] (1993): "Análisis sobre el desarrollo de la infraestructura en las regiones V, VI y Metropolitana", Informe Final, 3 tomos, COMINF, Santiago, Chile.
- Cuenca, M. (1995): “Aproximación al turismo de los estudios de ocio” en *Turismo y tiempo libre. Actividades, métodos y organización*. Universidad de Deusto. Bilbao, págs. 43-64.
- De Artillaga, José I. (1973): “El ente litoral, recurso turístico de base”. *Estudios turísticos*, 39:5-40.
- Diénot, Josy (1983), “L'approche géographique du loisir quotidien (Réflexion théoriques)”, *Norois*, 120:491-496.
- Dollfus, O. (1978): *El análisis geográfico*. Oikostau, Barcelona, 135 págs.
- Donaire, J. A. (1992): *La Lectura Geográfica del Fenómeno Turístico (Marco Teórico y Evolución Metodológica)*. Memòria de Recerca. Barcelona, UAB. Citado en Mundet i

- Cerdan, Lluís (1996): Geografia, turisme i màrqueting. Una barreja impossible o una barreja necessària?. *Documents d'Anàlisi Geogràfica*. **29**:71-86.
- Donaire, J. (1995): "El turismo en una sociedad postindustrial. Algunas propuestas conceptuales", en *La formació, la rehabilitació i les noves modalitats turístiques*. Universitat de les Illes Balears, CODEFOC y F.S.E. EUROFORM; págs. 179-186.
- Donaire, J. (1996). *El turismo a los ojos del post modernismo una lectura desde la dialéctica socioespacial. La Costa Brava, Tunicia y los malls*. Tesis doctoral. Departamento de Geografía Universidad Autónoma de Barcelona. IV volúmenes.
- Dumazedier, J. (1962): *Vers une civilisation du loisir*. Editions du Seuil, París, 319 págs.
- Escuela de Turismo Universidad de Deusto (eds.) (1995): *Turismo y tiempo libre. Actividades, métodos y organización*. Universidad de Deusto. Bilbao.
- Fernández Fuster, L. (1985): Historia general del turismo de masas. Alianza Universidad Textos num. 136, Madrid, 1076 págs.
- Figuroa, R.; Negrete, J.; Mastrantonio, J.; Álvarez, L. y Hitschfeldt, P. (1997). "Desarrollo Turístico en el Espacio Macro Regional de Chile Central". *Revista Geográfica de Valparaíso*. **28**:109 – 149.
- García Novo, F. (1982): "Efectos ecológicos del equipamiento turístico", *Estudios Territoriales* 5:137-144.
- Gaviria, M. (director); Iribas, J.; Monterde, M.; Sabbah, F.; Sanz, J. y Udina, E. (1974): *España a Go-Go. Turismo charter y neocolonialismo del espacio*. Ediciones Turner, Madrid, 356 págs.
- Gómez, J. (1999). "Planteamientos básicos para un desarrollo turístico en el espacio rural". *Revista Geográfica de Valparaíso*, **29-30**:33-50.
- González Paz, J. (1966): El papel del Estado en el desarrollo turístico. En Instituto de Estudios Turísticos: *Desarrollo de zonas turísticas*. Curso de conferencias. (Torremolinos, 1965). Madrid, 566 p.
- Graburn, N. (1989): "Tourism: The sacred journey" en Smith, V. *Host and guests: The anthropology of Tourism*, Un. Of Pennsylvania Press, 2ª edición, Filadelfia, págs. 21-36.
- Greer, T. y Wall, G. (1979): "Recreational hinterlands: a theoretical and empirical analysis", págs. 22-45. Citado en Pearce, D. (1995): *Tourism Today, a geographical analysis*. Second edition, Longman, Londres, 199 págs.
- Instituto de Estudios Metropolitanos de Barcelona [IEMB] (1991): "La residència secundaria". *Papers* **8**. Barcelona. 84 págs.
- Instituto de Estudios Turísticos [IET] (2000): *El concepto de entorno habitual en la estadística familiar*. [En línea] <<http://www.iet.tourspain.es/Estudios/familiar/tecnicos/entornohabitual.htm>>
- Jansen-Verbeke, M. y Dietvorst, A. (1987): "Leisure, recreation, tourism: A geographic view on integration". *Annals of Tourism Research*, **14(3)**:361-375.
- Jonas, A. y Wilson, D. Editores (1999): *The urban growth machine. Critical Perspectives two decades later*. State University of New York Press, Albany, 312 págs.
- Lanfant, M-F. (1994). "Identite, mémoire, patrimoine et "touristification" de nos sociétés", en *Société* **46**:233-239.
- Lefebvre, H. (1974): *La production de l'espace*, Anthropos. París, 488 págs.
- Logan, J. R. y Molotch, H. (1987): *Urban Fortunes: The Political Economy of Place*. Berkeley: University of California Press. págs.
- López Palomeque, F. (1984): "El Estado como agente de la producción de espacios

- turísticos. El caso de la Vall d'Aràn (Pirineos). *Revista de Geografia*, vol. **XVIII**:77-93.
- López Palomeque, F. (1991). "Turisme i territori: el modelo geoturístic català". Primer Congrés Català de Geografia. II Ponències. Societat Catalana de Geografia. Filial del Institut de Estudis Catalans. Barcelona, págs. 211-238.
- López Palomeque, F. (1994): "Actividad turística y espacio geográfico en el umbral del siglo XXI", *Papers de Turisme* **14-15**:7-51.
- López Palomeque, F. (1997). "La generalización espacial del turismo en Cataluña y la nueva dialéctica litoral-interior", En *Dinámica litoral-interior. Actas del XV Congreso de Geógrafos Españoles*, volumen 1. Santiago de Compostela: A. G. E.; Departamento de Geografía de la Universidad de Santiago de Compostela. págs. 409-418.
- Luis, A. (1988): De la geografía del turismo al estudio de las actividades de ocio. Algunos problemas conceptuales. *Estudios turísticos*, **98**:43-58
- Mackercher, Bob (1999): "A chaos approach to tourism". *Tourism Management*, **20**:425-434. Hong Kong Polytechnic University; Hung Hom, Kowloon, Hong Kong.
- Marchena Gómez, M. (1987): *Territorio y turismo en Andalucía*. Junta de Andalucía, Sevilla, 305 págs.
- Mitchell, Leslie (1984): "Tourism Research in the United States: a Geographic Perspective", *GeoJournal* **9(1)**:5-15.
- Mitchell, Leslie (1991): "A conceptual matrix for the study of tourism", *Cahiers CHET*, 146, 43 págs.
- Molotch, H. (1976): "The City as Growth Machine". *American Journal of Sociology* **82 (2)**: 309-330
- Molotch, H. y Logan, J. (1984): "Tensions in the Growth Machine: Overcoming resistance to value-free development", *Social Problems* **31(5)**:483-499.
- Molotch, H. (1993): "The political economy of growth machine". *Journal of Urban Affairs* **15**:29-53
- Muñoz de Escalona, F. (1992): *Crítica de la economía turística enfoque de oferta versus enfoque de demanda*. Editorial de la Universidad Complutense de Madrid, Madrid, 485 págs.
- Nácher, J. y Selma, S. (1993): "Territorio turístico: conceptos, fenómenos y perspectivas de gestión". *Papers de Turisme*, **12**:27-46.
- Negrete, J., Allesch, R., Álvarez, L. y Schweitzer, A. (2000). "El borde costero de la V Región de Valparaíso. Localización de las inversiones en su proceso de urbanización". *Revista Geográfica de Valparaíso*. **31**:179-193.
- OMT (1994): *Recomendaciones sobre estadísticas del turismo*. Comisión de estadísticas de las Naciones Unidas y la Organización Mundial del Turismo, 82 págs.
- Pearce, D. (1988): *Desarrollo turístico. Su planificación y ubicación geográfica*. México, Trillas, 168 p.
- Pearce, D. (1995): *Tourism Today, a geographical analysis*. Second edition, Longman, Londres, 199 págs.

- Picornell, C. (1993): “Los impactos del turismo”, *Papers de Turisme* **11**:65-91. Institut Valencia de Turisme.
- Poon, A. (1993): *Tourism, Technology and Competitive Strategies*, C.A.B. International, págs.
- Romero, H. (1980). “Análisis de costo beneficio en el manejo de recursos territoriales. Algunas experiencias ejemplificadoras”. *Revista Geográfica de Chile. “TERRA AUSTRALIS”*. **24**:80-88.
- Ruppert, K. (1978): “Mise au point sur une géographie générale des loisirs, *L'Espace Géographique*, **7(3)**:187-193.
- Sánchez, J. E. (1985): “Por una geografía del turismo litoral. Una aproximación metodológica”, *Estudios Territoriales*, **17**:103-122.
- Sánchez, J. E. (1988): “Turisme i territori regional”. *Revista Catalana de Geografia*, vol. III **8**:29-38.
- Shaw, G. y Williams, A. (1994). *A critical Issues in tourism. A geographical perspective*. Blackwell, Oxford, 280 págs.
- Urry, J. (1990): *The tourist Gaze. Leisure and Travel in Contemporary Societies*. SAGE Publications. London. 176 págs.
- Valenzuela Rubio, M. (1986): “Turismo y territorio. Ideas para una revisión crítica y constructiva de las prácticas espaciales del turismo”. *Estudios Turísticos*, **90**:47-56
- Vera Rebollo, J. F. (1984): “Mutaciones espaciales producidas por el turismo en el municipio de Torrevejeja” *Investigaciones Geográficas*, **2**:115-138.
- Vera Rebollo, J. F. (1990). “Turismo y territorio en el litoral mediterráneo español”, *Estudios Territoriales*, **32**: 81-110.
- Vera Rebollo, J. F. (1996): “Los agentes turísticos”, en *Turisme, territori i estratègies de desenvolupament. Actes de les Jornades sobre el turisme en els espais litorals*. Universidad de Girona, Girona, 177 págs. (págs. 159-162)
- Vera Rebollo, J. F. coord.; López Palomeque, F.; Marchena, M.; Anton Clavé, S. (1997): *Análisis territorial del turismo: una nueva Geografía del Turismo*. Ariel, Barcelona, 443 págs.
- Warner, K. and Molotch, H. (2000): *Building Rules: How Local Control Shape Community Environments and Economies*. Boulder:Westview.
- Warner, K. y Negrete, J. (2002): “Las maquinarias de urbanización en un país en vías de desarrollo: El caso del Gran Valparaíso en Chile”. *Revista Geográfica de Valparaíso* **32-33**:381-408. Índice del marco teórico