



Universidad Austral de Chile

---

Instituto de Turismo

[www.gestionturistica.cl](http://www.gestionturistica.cl)

**Revista Gestión Turística**

Instituto de Turismo

Universidad Austral de Chile

Valdivia, Chile

<http://www.gestionturistica.cl>

Mail to: [revistagestionturistica@gmail.com](mailto:revistagestionturistica@gmail.com)

(C) Derechos reservados

Editor

Dr. Cesar Guala

Editor Ejecutivo.

Mg. Guillermo Pacheco

Instituto de Turismo

Universidad Austral de Chile

Inscripción

ISSN 0717 - 1811

e-ISSN 0718 - 6428

Periodicidad

Semestral

## EQUIPO

### EDITORIAL

- Editor General. **Dr. Cesar Guala.** Universidad Austral de Chile
- Editor Ejecutivo. **Mg. Guillermo Pacheco.** Universidad Austral de Chile

### COMITE EDITORIAL

- **Regina Schlüter.** Centro de Investigaciones y Estudios Turísticos. Argentina
- **Beatriz Rivero.** Universidad Nacional de Misiones. Argentina
- **Pablo Szmulewicz E.** Universidad Austral de Chile.
- **Edgardo Oyarzun M.** Universidad Austral de Chile
- **Carlos Alberto Cioce Sampaio.** Universidad Regional de Blumenau. Brasil
- **Alberto Panosso.** Universidad de Sao Paulo. Brasil
- **Mateo Estrella.** Universidad de Cuenca. Ecuador
- **Rocío Serrano Barquin.** Universidad Autonoma del Estado de México.
- **Rafael Lunar.** Universidad de Oriente. Venezuela
- **Fernando Vera.** Universidad de Alicante. España



# INDICE

---

## Posguerra e implicación de los residentes en Ibiza

José Ramón Cardona, Universitat de les Illes Balears (España)  
Antoni Serra Cantallops, Universitat de les Illes Balears (España).....08

## Modelo alternativo de funcionamiento del sistema turístico: diseño y desarrollo metodológico de la oferta turística

Manuel Antonio Abarca, Escuela Superior Politécnica de Chimborazo  
Extensión Norte Amazónica, Ecuador.....31

## Ruinas de la modernidad como turismo y patrimonio de la contracultura urbana

Gerardo Vázquez Rodríguez, Universidad Autónoma de Nuevo León (España).....48

## Identificación espacialmente explícita de las zonas de problemáticas y de aptitud para el desarrollo del Turismo de Base Comunitaria en la comuna de Panguipulli - Sur de Chile

Amelia Miranda Fica, Universidad de la Frontera  
Guillermo Pacheco Habert, Universidad Austral de Chile  
Raul Orrego, Universidad de la Frontera.....61

## Reseña de libro

Barrera-Fernández, D. Attracting visitors to ancient neighbourhoods: Creation and management of the tourist-historic city of Plymouth, UK. Goningen:inplanning, 2016.

Alejandro de Jesús Morales-Basaldú, Universidad Autónoma  
“Benito Juárez” de Oaxaca, México.....93



## EDITORIAL

*En esta edición hemos logrado tener un diálogo internacional sobre las formas en que se desarrolla el turismo según distintos contextos históricos, como la posguerra y la contracultura en España, según distintas formas de comprender y hacer del turismo una actividad mucho más inclusiva con las comunidades locales. Resulta mucho más complejo cuando se habla de ¿Cómo poner en valor el patrimonio? ¿Cómo usar, conservar y proteger al mismo tiempo el patrimonio que sustenta los destinos turísticos? En ese sentido, los modelos de desarrollo turístico son fundamentales, y para ello es necesario diseñarlos participativamente, la experiencia de Ecuador sobre un modelo alternativo puede inspirar a los investigadores y planificadores sobre como crear sistemas con foco en la demanda y en la inteligencia de mercado, sin embargo, es posible también que el turismo pueda ser desarrollado por los anfitriones, planificado desde la oferta, por parte de las comunidades locales residentes, tal como se plantea en el artículo de Turismo de Base Comunitaria en el sur de Chile, Panguipulli, que logra aterrizar también estas discusiones en un contexto latinoamericano en el que conviven comunidades indígenas, rurales y urbanas, aquí, al igual como en muchas otras partes del mundo, los conflictos territoriales son parte importante del escenario socio político en el que se desenvuelve el turismo.*

*Para finalizar, se presenta una reseña del libro "Atrayendo visitantes a antiguos vecindarios: Creación y gestión de la ciudad turística e histórica de Plymouth, Inglaterra" (traducción del original en inglés). Esta obra incluye un análisis histórico sobre el patrimonio en el contexto de Europa para finalizar en un estudio de caso sobre la conservación y gestión del patrimonio en la ciudad de Plymouth.*

Dr. César Guala Catalán  
Editor General

## **POSGUERRA E IMPLICACIÓN DE LOS RESIDENTES EN IBIZA**

**José Ramón Cardona**

Doctor en Economía de la Empresa. Universitat de les Illes Balears (España). E-mail: jramon.cardona@terra.com

**Antoni Serra Cantallops**

Profesor Titular de Comercialización e Investigación de Mercados. Universitat de les Illes Balears (España). E-mail: antoni.serra@uib.es

### **Resumen**

Ibiza es una isla del Mediterráneo con una enorme dependencia económica del turismo. Se trata de un destino turístico conocido por su oferta de sol y playa, complementada con una oferta de ocio nocturno de fama mundial. Aunque el sector turístico apareció en la isla en el primer tercio del siglo XX, la Guerra Civil Española, la Segunda Guerra Mundial y el bloqueo internacional al régimen franquista borraron el turismo de la isla durante una década. Pero los sufrimientos y miserias económicas que causaron hicieron renacer el turismo con mayor fuerza al producirse una creciente implicación de los residentes en el nuevo sector. Esta implicación junto con la tolerancia hacia las costumbres de los turistas lanzaron a la isla hacia un Boom turístico con impacto mediático internacional. En este trabajo se pretende mostrar que Ibiza sirve de ejemplo de la importancia de estos dos elementos (implicación y tolerancia) para el desarrollo turístico de una región.

**Palabras clave:** Ciclo de Vida del Destino Turístico, Ibiza, actitudes de los residentes, implicación de los residentes, tolerancia de los residentes.

## **POST-WAR AND INVOLVEMENT OF RESIDENTS IN IBIZA**

**José Ramón Cardona**

Doctor en Economía de la Empresa. Universitat de les Illes Balears (España). E-mail: jramon.cardona@terra.com

**Antoni Serra Cantallops**

Profesor Titular de Comercialización e Investigación de Mercados. Universitat de les Illes Balears (España). E-mail: antoni.serra@uib.es

### **Abstract**

Ibiza is a Mediterranean island with a very strong economic dependence on tourism. Ibiza is a tourist destination known for its sun and beach offer, complemented by a range of world-famous nightlife. Although the tourism industry on the island appeared in the first third of the twentieth century, the Spanish Civil War, the Second World War and the international blockade to the Franco's regime wiped out tourism in the island for a decade. But the sufferings and economic miseries derived from these political facts boosted tourism revival more strongly on the island due to increased involvement of residents in the new industry. Residents' involvement coupled with a spirit of tolerance to the habits of visitors fostered the island towards a 'tourism boom' that received international media coverage. This paper aims to show that Ibiza is a good example of the importance of these two elements (involvement and tolerance) for tourism development in a region.

**Keywords:** Tourism Destination Life Cycle, Ibiza, residents' attitudes, residents' involvement, residents' tolerance.

## INTRODUCCIÓN

Las actitudes de los residentes pueden verse influenciadas por la fase del ciclo de vida en que se encuentre el destino turístico (Johnson et al, 1994; Williams y Lawson, 2001). No es lo mismo una región en sus inicios turísticos que un destino consolidado y masificado. El grado de desarrollo turístico es un elemento con gran influencia en las percepciones y actitudes de los residentes (Mason y Cheyne, 2000; Murphy, 1985; Pizam, 1978) y, por tanto, es lógico que las actitudes cambien con el paso del tiempo.

En esencia, para entender las actitudes de los residentes en un destino turístico consolidado antes hay que analizar la evolución turística de la región. Es importante conocer la evolución cuantitativa y la tipología turística en las diversas etapas, ya que esto determina la evolución de las actitudes de los residentes (Allen et al, 1988; Jurowski, 1994; Mason y Cheyne, 2000; Martin y Uysal, 1990; Murphy, 1983; Murphy, 1985; Pizam, 1978; Ritchie, 1988; Williams y Lawson, 2001), y también se deben averiguar las actitudes de los residentes en las diversas épocas de desarrollo turístico, ya que influyen en el tipo de turismo y en las actitudes futuras por vía directa, interacción entre residentes, e indirecta, a través de los turistas (Murphy, 1985).

Ibiza es una isla del Mediterráneo Occidental que se caracteriza por una enorme dependencia económica del turismo. En la actualidad más de 130.000 personas (134.460 a 1 de enero de 2011) residen en los 572,56 km<sup>2</sup> de superficie de la isla, según datos del INE, y conviven con cerca de dos millones anuales de turistas, cuya presencia se concentra principalmente en los meses de junio a septiembre. El desarrollo turístico ha causado cambios drásticos en la isla y su sociedad, habiendo un antes y un después del turismo. De las diversas fases del ciclo de vida por las que ha pasado el desarrollo turístico de Ibiza, las iniciales resultan claves para entender por qué y cómo se inició el turismo en esta isla.

El primer tercio del siglo XX representa la implantación del turismo como sector económico, aunque con un peso marginal en la economía local y sin implicación por parte de la inmensa mayoría de la población. Tras la debacle que representa la Guerra Civil Española, seguida por la Segunda Guerra Mundial y los años de embargo internacional, el turismo consigue resurgir. Son catorce años los necesarios para recuperar los niveles anteriores a la Guerra Civil, pero la experiencia vivida hace que el nivel de implicación de la población sea mucho mayor que antes y el desarrollo muy acelerado. Este periodo coincide con la fase de implicación del ciclo de vida descrito por Butler (1980) y en Ibiza puede considerarse que llega hasta la abertura del aeropuerto de Ibiza en 1958.

---

Según datos del INE referentes a los censos de la época, la población de derecho era de 35.441 habitantes en 1940 y de 34.339 habitantes en 1960, dando como resultado una pérdida de población del 3,11% vía emigración. Los municipios con datos menos negativos son los dos con incipiente turismo, Ibiza ciudad y Sant Antoni. Probablemente

nos encontramos ante la época más dura de todo el siglo XX. Esta es la última etapa de la historia de la isla en que el sector primario tiene un peso predominante aún, a pesar de que mucha población, especialmente jóvenes, se empieza a volcar en el nuevo sector. Nuestro objetivo es describir la evolución del turismo y que actitudes mostraban los residentes en la fase de implicación que vivió Ibiza en los años cuarenta y cincuenta. A partir de los años cincuenta las fuentes documentales aumentan significativamente por dos motivos: la cercanía temporal facilita que las personas que vivieron esa época sigan vivas, y existe un aumento de las personas conscientes de la trascendencia de documentar ese momento y la sociedad local. Este hecho permite disponer de mayor información para conocer la sociedad que en épocas anteriores, aunque siempre con las limitaciones que conllevan las fuentes secundarias.

## **FASE DE IMPLICACIÓN**

En esta fase se produce la recuperación de los avances realizados en los años treinta y perdidos con la Guerra Civil, la Segunda Guerra Mundial y la posguerra, 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 (Cirer, 2004: 239). En un estudio publicado en Diario de Ibiza en el año 1956, y referente a 1955, se cuantificaban unos ingresos netos por turismo de más de 41 millones de pesetas, mientras que los ingresos por exportaciones sobrepasaban ligeramente los 37 millones de pesetas (Ramón, 2001: 83-84). La Fase de Implicación se puede subdividir según la tendencia del crecimiento del sector en dos partes: antes de 1950 y después de 1950.

De 1936 a 1950 se produjo un paréntesis provocado por la Guerra Civil Española, la Segunda Guerra Mundial y los primeros, y más duros, años de posguerra, bloqueo internacional y política autárquica. A su vez se pueden diferenciar dos partes dentro de este periodo: de 1936 a 1946 los avances del periodo 1931-1936 se hundieron, y sólo queda alguna pensión abierta y la presencia esporádica de algún extranjero. A partir de 1946 se inician los intentos por recuperar lo que se ha perdido a causa de las guerras, a pesar de los fuertes problemas económicos y legales que padece el sector. El esfuerzo de los empresarios locales y la relajación de diversas normas permitieron que en 1950 se recuperara la situación de 1935.

---

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 que abandonaron la isla en 1936 y aparecen los beatniks. Esta década se caracteriza por el liderazgo del sector y cosmopolitismo de la Bahía de Sant Antoni, y por el predominio de los turistas franceses. A partir de 1955 aumenta el crecimiento en la llegada de turistas a causa del establecimiento de líneas directas con la península durante el verano. En 1958, con la apertura del aeropuerto se produce un nuevo aumento en la velocidad de crecimiento del sector y un cambio en el tipo de turismo que llega a la isla, empezando el turismo de masas (Cirer, 2004: 239).

La agricultura se recuperará en esta fase, llegando a los niveles de antes de la guerra en 1950 (Cirer, 2004: 238), viviendo una buena década en los cincuenta pero a finales de esa década se produce su caída definitiva y en los años sesenta, con la patata inglesa, tiene su último momento de prosperidad antes de convertirse definitivamente en un sector residual, dejando al turismo como único motor de la economía (Cirer, 2002).

En cuanto a las actitudes de los residentes, en esta fase hay un cambio importante respecto a las décadas anteriores y es que la mayor parte de la población toma conciencia de las ventajas del turismo y empieza a implicarse en el sector gracias al acicate que representó para la población local las miserias de la posguerra.

## **La Posguerra**

La Guerra Civil Española, la II Guerra Mundial y el posterior bloqueo al que la comunidad internacional sometió a España en protesta por la dictadura de Franco (Cirer, 2004: 172; Ramón, 2001: 67-68) causaron la desaparición del turismo. Años de trabajo para levantar el sector se habían perdido y era preciso volver a empezar. La posguerra y el periodo de autarquía significaron un intento por recuperar lo perdido y en 1950 se consiguen superar las cifras de antes de la guerra (Ramón, 2001: 9). Hans Hinterreiter residió en Ibiza de noviembre de 1934 a julio de 1936. En 1939 regresó a Ibiza: "En Ibiza todo estaba mucho más triste. [...] Todos los extranjeros estaban ausentes durante estos primeros años. Sólo recuerdo dos alemanes y yo [...]. Más adelante, en la década de los cincuenta, llegaron algunos de los alemanes que habían salido" (Planells, 1986: 120).

A la década de los cuarenta podríamos denominarla "la década perdida", pues entre la Segunda Guerra Mundial, el posterior boicot a España y la situación económica europea, el panorama resultante era de parálisis turística casi total. De esta época sólo hay algunos datos anecdóticos, de poca trascendencia más allá de reflejar la situación social existente y, sobre todo, el talante de las nuevas autoridades en materia turística, que era más bien de recelo hacia la llegada de veraneantes. El régimen franquista, en su primera etapa, se caracterizó por una actitud totalmente cerrada a la afluencia de visitantes procedentes del exterior (Ramón, 2001: 68-69). Muestra del nuevo talante es el bando de la Delegación

---

Gubernativa, de 4 de julio de 1941, sobre los baños de mar que recordaba la obligación que tenían los ciudadanos de acudir a la playa separados, en función de los sexos. Y se advertía: "Se dispondrá la debida vigilancia para el cumplimiento de la distribución acordada y se castigarán las infracciones" (Ramón, 2001: 69).

En agosto de 1945 aparecía en el Diario de Ibiza una gacetilla que, haciendo una introducción favorable sobre el turismo termina advirtiendo sobre sus efectos sobre la moral y las costumbres locales:

"Ni andamos tan alicaídos que pudiera extasiarnos ver convertido en casa de... huéspedes sin decoro nuestro solar honrado. Lo cual no es mera fantasía escrupulosa. No cabiendo olvidar, con nuestra dignidad, que todo lo extravagante y dislocado tiene pegadizas influencias, y viniendo de fuera, con afeites de moda y de presunto señorío, más. [...] ¿Quieren sugerir estas líneas una postura de hostilidad frente al turismo? No. De simple vigilancia. Sobre lo advenedizo en quienes corresponda, y de propia conducta, previniendo inadecuadas complacencias y simiescas imitaciones, en el estado llano" (Diario de Ibiza, 12 de agosto de 1945).

Este texto representa de forma bastante adecuada la opinión hostil que una parte importante de los poderes locales de la posguerra tenía acerca del turismo (Ramón, 2001: 70).

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; los de Santa Eulària cerrados, y sólo los de Sant Antoni permanecieron abiertos. 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. Las autoridades y demás personas que visitaban la isla tenían que pernoctar en Sant Antoni por carecer de alojamientos de calidad en Ibiza capital (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. Sus nuevos responsables lograron que la ciudad contase con un hotel de calidad, pero económicamente fue un desastre. Por aquel entonces todos los productos básicos estaban racionados, pero los hoteles, al no disponer de cupo alguno, debían abastecerse en el mercado del estraperlo, con precios muy elevados. Además había problemas con el agua corriente, la corriente eléctrica, etc. unido a unos precios bajísimos de los alojamientos, incluso para aquella época. Debe tenerse en cuenta que las tarifas estaban reglamentadas y constantemente inspeccionadas (Cirer, 2004: 183-185; Ramón, 2001: 71-73). El 1 de junio de 1950, se hizo cargo de la explotación Antoni Planells Ferrer que intentó capear

los problemas hasta que ocho años más tarde tuvo que dejar la gestión por razones de salud. El propio Planells cuenta que:

"A más clientela surgieron más dificultades. A la mayoría de las que tenían mis antecesores se sumaron un mercado completamente desabastecido que me obligo a traer ensaladas y otros productos de Barcelona, y ternera de Mallorca; falta de personal profesional; al no haber pan por estar racionado, tener que comprar bollos de pastelería; la competencia desleal, de casas particulares y establecimientos no legalizados, que alquilaban habitaciones a cinco pesetas, etc. Por si esto fuera poco, el Excmo. Ayuntamiento colocó un guardia municipal, al que ayudaban gratuitamente algunos 'puritanos' frente al Hotel Ibiza, en la confluencia de la avenida Bartolomé Ramón con el paseo de Vara de Rey. La finalidad de esta vigilancia era mantener 'la moral' de algunos ciudadanos que no veían en el turismo su salvación" (Planells, 1984: 276).

La competencia ejercida por casas particulares no era desdeñable y se calcula que hasta un 50% de los veraneantes optaban por alojarse en viviendas. La denuncia que hace Antoni Planells de la competencia desleal muestra que muchos ibicencos vieron en los turistas y visitantes de la época una fuente de riqueza que les ayudara a combatir las miserias que aun se arrastraban en la isla. Las carestías provocadas por la posguerra y el boicot, junto con la moral franquista y las medidas de mantenimiento de esta moral, causaron que hasta muy entrados los años cincuenta apenas se produjera un crecimiento perceptible de la industria turística (Cirer, 2004: 186; Ramón, 2001: 71-73). Además, la situación era diferente en la capital y en Sant Antoni. Antonio Planells lo cuenta así:

"El baile de sociedad y los clubes nocturnos estaban prohibidos en la isla de Ibiza, en cambio en San Antonio se bailaba todas las noches en la terraza de un café, cercano al ayuntamiento de dicha villa. Tampoco a las señoras se les molestaba por su modo de vestir, y no pasaba nada. O mejor dicho, si pasaba con muchos clientes de nuestro Hotel [Ibiza] que habían ido de excursión a San Antonio, algunos pedían la cuenta y se marchaban a dicha villa porque allí había 'playa'" (Planells, 1984: 276-279).

### Cuadro N° 1: Oferta de alojamiento en la isla de Ibiza en 1950.

Municipio	Habitaciones	Plazas
<b>Ibiza (Capital)</b>	<b>110</b>	<b>184</b>
Hotel Ibiza (Gran Hotel)	72	126
Pensión España	18	26
Pensión La Marina	7	12
Pensión El Comercio	8	13
Pensión Avenida	5	7
<b>Sant Antoni</b>	<b>114</b>	<b>206</b>
Hotel Ses Sevines	15	27
Hotel Portmany	18	33
Hotel San Antonio	20	37
Pensión Esmeralda	14	27
Pensión Miramar	11	19
Pensión Maricel	19	33
Pensión Playa	17	30
<b>Santa Eulària</b>	<b>49</b>	<b>91</b>
Hotel Cosmi	10	20
Pensión Royalty	4	8
Pensión Buenavista	14	22
Pensión Sa Rota	12	23
Pensión Central	9	18
<b>Total</b>	<b>273</b>	<b>481</b>

Fuente: Ramón (2001).

El hecho de que los carabineros y el Ayuntamiento de Sant Antoni hicieran todo lo posible para que la guerra tuviera el mínimo impacto en el pueblo, 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. El liderazgo de Sant Antoni se mantuvo con mucha claridad hasta los años del boom turístico, destacando dentro de este periodo los años cincuenta.

El 21 de septiembre de 1947 se produjo el restablecimiento de la línea Ibiza-Barcelona inaugurada en 1909 e interrumpida en 1936 por la Guerra Civil. Este servicio era importantísimo no sólo para los residentes sino también para incrementar una incipiente corriente de veraneantes hacia Ibiza. 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. Muchas veces los cambios no se reflejaban en un reglamento publicado en el BOE sino en instrucciones a los gobernadores civiles para que apliquen la normativa existente con poco rigor o simplemente que la ignoren (Cirer, 2004: 189).

En 1950 las camas ofertadas eran 481 (Cuadro 1), mientras que en 1935 eran 473 (Ramón, 2001). 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).

## Cuadro N° 2: Viajeros alojados en los establecimientos de la isla de Ibiza en 1950.

Municipio	Viajeros	Estancias	Estancia media
Ibiza (Capital)	1.503	6.468	4,30
Sant Antoni	1.326	14.876	11,22
Santa Eulària	351	7.314	20,84
<b>Total</b>	<b>3.180</b>	<b>28.658</b>	<b>9,01</b>

Fuente: Ramón (2001).

En 1950, la estancia media en la capital era de 4,3 días, lo que nos indica que la mayoría de los clientes eran comerciantes o representantes desplazados a la isla por razones de negocios. En Sant Antoni la media se sitúa en 11,2 días, la normal en un destino puramente turístico. En Santa Eulària, la cifra es de 20,8 días (Cuadro 2), forzosamente alterada por muchos artistas y escritores que utilizaban los hoteles o pensiones como residencia de sus largas estancias en la isla (Ramón, 2001).

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 y a finales de los años cincuenta el turismo es el sector con mayor peso en las exportaciones de la isla (Ramón 2001: 83-84). En el periodo 1958-1964, se producirá la transición definitiva de una economía en la que conviven las exportaciones de productos del campo con el turismo a una economía basada, de forma aplastante, en el turismo (Cirer, 2004: 217).

Entre 1950 y 1955 se produjo un significativo aumento de las plazas ofertadas, doblándose la oferta de alojamiento (1.014 camas). Además los nuevos establecimientos eran de un tamaño mucho mayor y de una categoría superior a la planta hotelera anterior. Entre 1955 y 1960 la oferta de plazas turísticas se triplicó, llegando a las 1.836 habitaciones y 3.357 camas (Cirer, 2004: 216-218; Ramón, 2001: 80). Si tenemos en cuenta el número de turistas llegados en 1960 (24.402) y que en ese año el número de estancias registrado fue de 269.178, obtendríamos un número de estancias por turista de 11,03 días y una ocupación media de cama/año de 83,31 días, que para las camas totalmente turísticas llegaría a significar ocupaciones medias por temporada de más del 85% (Ramón, 2001: 90). Planells lo comenta: “Es a partir de 1955 cuando Eivissa [Ibiza capital], Sant Antoni, Santa Eulària, se abren a una incipiente actividad. Construcciones de chalets y locales, sin pausa, sin apenas capital, van moteando las bahías. Muchas de las casas, algunas

---

de dos alturas en Figueretes y Es Viver, que cobijarían a tantos beatniks y artistas se construyen en estos momentos” (Planells, 2002: 14).

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). Por ejemplo, José Zornoza (1964) mencionaba el año 1947 como el primero en que reaparece algún turista en Ibiza después de la guerra. Cirer (2004: 209) y Planells (1984) estimaban que entre 1950 y 1953, nunca llegaron a Ibiza más de 5.000 turistas por año. 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. Zornoza (1964), utilizando datos de pasajeros llegados a Ibiza, realiza las estimaciones del total de turistas para algunos años: 10.572 turistas en 1954, 18.663 turistas en 1957 y 31.722 turistas en 1960.

Entre los turistas extranjeros, la nacionalidad dominante en un primer momento era la francesa. Hasta 1957 los franceses eran más del 25% del total de turistas, pero después fueron perdiendo presencia a favor de, sobre todo, los ingleses (Cirer, 2004: 210). El hotelero Vicent Juan Guasch rememora los orígenes del turismo francés:

"A finales de los años cuarenta y con motivo de un acontecimiento religioso de carácter internacional que tuvo lugar en Barcelona, Voyages Fram de Toulouse llevó a miles de franceses a Cataluña [...]. A esas personas se les dio a conocer el Mediterráneo español. En los comienzos de aquel programa, Ibiza representó un corto periodo, un intermedio. Los clientes viajaban en tren desde París y sus alrededores hasta Toulouse, a veces hasta Perpiñán, y después continuaban en autocar hacia Barcelona para seguir hasta Ibiza en barco. En esa época, la frecuencia de viajes en barco desde Barcelona a la isla era de uno semanal. Los franceses se sintieron atraídos por el encanto y el embrujo de Ibiza. [En Ibiza] había unas auténticas ganas de intercambio de culturas, costumbres, idiomas. En esa época, Ibiza ofrecía un tipismo, una tranquilidad, una hospitalidad. En resumen, la isla constituía un lugar irresistible, con sus gentes abiertas, tolerantes, y con un verdadero deseo incontenible de empezar la apertura. Al mismo tiempo, los ibicencos querían comunicarse con el mundo exterior y, como sus principales visitantes eran los franceses, la Alianza Francesa obtuvo un enorme éxito" (Ramón, 2001: 80-81).

Pero no todos eran franceses. El mercado alemán comenzó a emerger también en la década de los cincuenta, concretamente a partir de 1956. La prodigiosa recuperación económica que, sólo diez años después de terminada la II Guerra Mundial, comenzaba a experimentar Alemania hizo que fuera aumentando la cantidad de alemanes que salían de nuevo a pasar sus vacaciones fuera del país. Los turistas alemanes venían en grupos que primero volaban hasta Palma y después llegaban a Ibiza en barco. La ventaja que

ya entonces ofrecían los alemanes era su elevado poder adquisitivo (Ramón, 2001: 82).

Si en los años cincuenta los turistas predominantes son los franceses, seguidos de los españoles, la zona turística por excelencia en Ibiza es Sant Antoni. Hasta 1960 la bahía de Sant Antoni de Portmany concentraba entre la mitad y dos tercios de las plazas de la isla (Cirer, 2001; Cirer, 2004: 216-218) y casi monopolizaba el crecimiento en plazas y en turistas (Buades, 2004: 172). Esta fue la primera zona en desarrollarse turísticamente, y ya tenía una importante presencia de turistas a finales de los años cincuenta, pero en las décadas posteriores su crecimiento ha sido más moderado que el de otras zonas como Sant Josep o Santa Eulària. El periodista Fernando-Guillermo de Castro comenta como era la bahía de Sant Antoni a finales de los cincuenta: "En Sant Antoni se puede decir que se conocía y se trataba todo el mundo. Los lugareños alternaban con los residentes extranjeros, que eran pocos, y con los veraneantes peninsulares habituales; incluso con algunos turistas con los que se mezclaban en bares y salas de fiestas. San Antonio era la capital turística de la isla, sin menoscabo de la ciudad y de Santa Eulària" (de Castro, 2003: 33).

Antonio Hormigo, ibicenco que vivió y trabajó en el Sant Antoni de los años cincuenta, recuerda que los primeros turistas que llegaron a Sant Antoni después de la guerra eran "los franceses del Club de los Argonautas, y que estaban en Can Tarba" (Planells, 1980: 185), además comenta que "muy pronto llegó el progreso y a nosotros nos encantaba que se construyeran muchos hoteles, porque Sant Antoni crecía" (Planells, 1980: 187). Antonio Hormigo puede considerarse un ejemplo de una de las primeras generaciones de ibicencos que adoptaron una forma de vida a imitación de los extranjeros que residían o visitaban la isla. Estos ibicencos se caracterizaban por tener un nivel de estudios que se reducía a la enseñanza obligatoria y lo que habían leído por su cuenta, hablaban a un nivel turístico diversos idiomas (inglés, francés, alemán, italiano, etc.), trabajaban en actividades vinculadas al creciente sector turístico y, por la noche, frecuentaban con asiduidad los establecimientos con predominio de los turistas y los residentes extranjeros. Pero no todo eran voces entusiastas, los extranjeros que llegaron a la isla buscando un lugar de residencia tranquilo y económico empezaban a preocuparse por los cambios que sufría la Bahía. Hans Hinterreiter comenta que "en 1953 yo estaba asustado por la inflación. Sant Antoni estaba inaugurando ya la época del turismo. Vi que se construían los primeros hoteles en la bahía y yo necesitaba otro rincón" (Planells, 1986: 121).

En 1955 se establecieron servicios extraordinarios de transporte marítimo con el exterior en los meses de julio, agosto y septiembre. Este hecho permitió aumentar de forma significativa las llegadas de turistas pero tuvieron una consecuencia inesperada, incrementaron la estacionalidad del turismo. De los 24.402 turistas que se alojaron en establecimientos hoteleros en 1960, el 65% lo hizo en los meses de julio, agosto y

---

septiembre, aquellos en los que había disponibilidad de billetes. Este incremento de la estacionalidad hizo que los hoteleros ibicencos optaran por cerrar los establecimientos en invierno y abrir sólo durante los meses de verano (Cirer, 2004: 211-212). Aunque a partir de 1955 se aumentó la frecuencia de los buques que unían Ibiza con la península, la calidad del servicio ofrecido con estos barcos era claramente mejorable: “A esta isla de finales de los cincuenta se llega con barcos lentos” (Lee, 1975).

El aeropuerto se había convertido en los años cincuenta en un objetivo común de todos los ibicencos, ya que era visto como una mejora imprescindible. Esta instalación fue posible por los fondos procedentes de la Administración Central, pero también por las aportaciones particulares que muchas personas y empresas realizaron de forma totalmente desinteresada. En realidad, en aquella época la Administración difícilmente realizaba una obra pública de estas características si la población del lugar no colaboraba, y se colaboró enormemente (Ramón, 2001: 76-77).

El aeropuerto de Es Codolar fue construido en 1936, debido a la Guerra Civil, como aeródromo militar de emergencia pero permaneció como aeródromo principalmente militar hasta el 1 de junio de 1958, cuando se abrió al tráfico comercial (Soriano, 1996). La jornada del 1 de junio de 1958 revistió carácter de día histórico y la inauguración oficial (llegada del primer avión de pasajeros) se desarrolló en medio de un ambiente de gran expectación (Cirer, 2004: 213; Ramón, 2001: 78-79). Posteriormente se realizaron muchas mejoras en el aeródromo con el objetivo de convertirlo en un aeropuerto totalmente operativo. 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 comienza a llegar a la isla.

A partir de 1958 la situación general mejoró. Los años anteriores a 1958 llegaban entre 13.000 y 14.000 personas, en 1958 se produjeron casi 19.000 llegadas (Ramón, 2001: 80). Antoni Planells comenta:

“A mediados de 1958 cambia radicalmente la situación, hubo un importante incremento de las comunicaciones marítimas, se inauguró el aeropuerto, se incrementaron los precios de los alojamientos, desapareció el control de divisas y se simplificaron los trámites en las aduanas. GESA instaló una potente central eléctrica [...] aumentó la demanda de alojamientos y las agencias comenzaron a anticipar dinero, a descontar un tanto por ciento de las facturas, se conceden créditos oficiales a bajo interés, se establecen los precios a primeros de año, etc. En estas condiciones, preparado como estaba el terreno, la afluencia turística aumenta de año en año” (Planells, 1984).

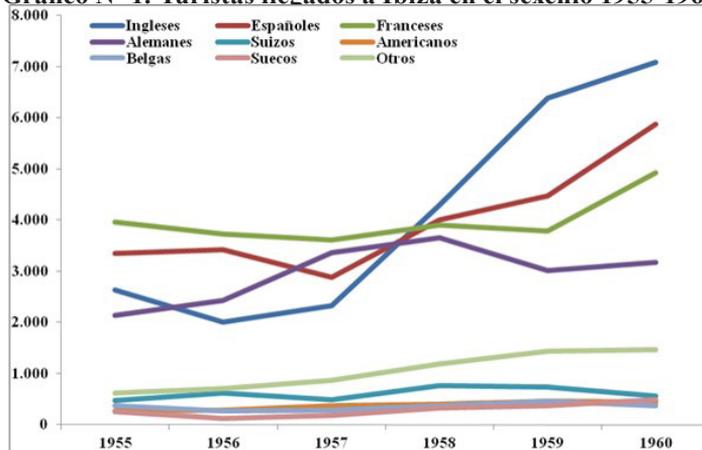
**Cuadro N° 3: Evolución de los turistas llegados a Ibiza en la segunda mitad de los cincuenta.**

País de Origen	1955		1960		Var. 1955/1960
	Turistas	%	Turistas	%	
Reino Unido	2.633	18,70%	7.092	29,06%	169,35%
España	3.348	23,77%	5.878	24,09%	75,57%
Francia	3.969	28,18%	4.918	20,15%	23,91%
Alemania	2.139	15,19%	3.175	13,01%	48,43%
Suiza	471	3,34%	559	2,29%	18,68%
Estados Unidos	268	1,90%	445	1,82%	66,04%
Bélgica	374	2,66%	371	1,52%	-0,80%
Suecia	257	1,82%	492	2,02%	91,44%
Otros	624	4,43%	1.472	6,03%	135,90%
<b>Total</b>	<b>14.083</b>		<b>24.402</b>		<b>73,27%</b>

Fuente: Zornoza (1964) y elaboración propia.

Otro cambio importante que sucedió en 1958 fue que el turismo predominante en la isla pasó de ser el francés a ser el inglés (Cuadro 3), el cual se ha mantenido hasta la actualidad. Mientras el volumen de turistas franceses evolucionaba despacio (aumentan un 24% entre 1955 y 1960), la apertura del aeropuerto de Ibiza facilitó enormemente la llegada de ingleses (aumentan un 170% entre 1955 y 1960), incrementando su presencia en la isla de forma muy importante (Gráfico 1).

**Gráfico N° 1: Turistas llegados a Ibiza en el sexenio 1955-1960 por país de origen.**



Fuente: Zornoza (1964) y elaboración propia.

---

Algunos autores (Cirer, 2004: 210-211) consideran que el cambio en la nacionalidad predominante tiene que ver con el medio de transporte empleado por los turistas. Los franceses venían en barco desde Barcelona, mientras que los ingleses llegaban en avión. Otros autores consideran que el cambio del turismo francés por el inglés a finales de los cincuenta puede considerarse causa de la irrupción masiva de turoperadores británicos, dejando en un puesto testimonial al turismo galo, cuyo país carecía de turoperadores con el empuje necesario (Buades, 2004: 174; Ramón, 2001: 99). Probablemente ambos elementos estén relacionados, ya que los mayoristas suelen usar para sus paquetes turísticos el transporte aéreo y con la apertura del aeropuerto Ibiza era un destino adecuado para los turoperadores. Si a esto sumamos que los franceses y españoles venían mayoritariamente por libre, mientras que los ingleses y alemanes venían mayoritariamente en viajes organizados, se entiende que a partir de 1958 se produjera un importante incremento del número de turistas y un cambio en las nacionalidades predominantes.

#### *Comunidad bohemia y antisistema de los cincuenta.*

En Ibiza, los años cuarenta no significan un lapso especialmente significativo dentro del arte contemporáneo de la isla, como muestra el hecho de que en 1939 regresa Will Faber y Hans Hinterreiter. Los pocos extranjeros que regresan tras la Guerra Civil y la Segunda Guerra Mundial van conformando una nueva forma de vida que ya será descaradamente rupturista a finales de los cincuenta. Artistas, rock, jazz, marihuana, bohemios, existencialistas, generación beat, dejarán paso a una creciente explosión en los años sesenta (Planells, 2002: 9).

En los cincuenta regresa Erwin Broner y llegan nuevos artistas para vivir y trabajar en la isla (Planells, 2002: 37-38): Alan Schmer, André Kuyten, Bert Schierbeeck, Carlos Dudek, Cees Nooteboom, Cliford Irving, Cornelis Bastiaan, David Walsh, Edith Sommer, Elmyr de Hory, Emilio Vedova, Erwin Bechtold, Esteban López, Fernando de Castro, Frank El Punto, Hans Hinterreiter, Hans Laabs, Harry Mulisch, Heinz Trökes, Hugo Claus, Ignacio Aldecoa, Ingeborg, Ivan Spence, Jan Cremer, Jan Gerhard Toonder, Janet Frame, José Fin, Katya Meirowsky, Laurie Lee, Manolo Mompó, Pancho Cossío, Paul Brunswick, Paul Grant, Phil Hoffman, Rafael Azcona, Sioma Baram, Stephen Seley, Tur Costa, Vert Schierbeeck, Vicente Calbet, Waldemar Post, etc. Estos nuevos vecinos empiezan a tomar sitio en las plazas, silla en las mesas donde beben absenta, discuten, pelean, bailan y juegan al ajedrez, dominó o backgammon.

Las bondades de la isla que atrajeron a los extranjeros son enumeradas de forma clara por diversas personas: "El paraíso existía, tenía nombre (Ibiza) y era accesible con una beca de estudiante" (Planells, 2002: 16). Charles Orloff comentaba: "mi llegada a Ibiza

fue debida a unos amigos que me dijeron que la isla era muy bonita y tremendamente barata, mientras estaba esperando una exposición en Italia. [...] Desde 1951 he estado ya siempre en Ibiza, excepto algunos viajes" (Planells, 1980: 173). Hans Hinterreiter comentaba de su llegada a la isla:

"Estando en Mallorca, un hotelero mallorquín me habló tan mal de Ibiza que no pude resistir la tentación de visitarla. Cuando vi la mole de la ciudad de Ibiza quedé cautivado. Nunca he visto otra más bonita. Estuve solamente catorce días. Pero la belleza de la isla y sus bajísimos precios estaban ya dentro de mi memoria. Ibiza era cuatro veces más barata que Suiza, y yo no tenía dinero" (Planells, 1986: 119).

Los extranjeros que llegaban a la isla buscaban "calor, sol, el mar desinfectante, bebidas frescas y una peseta barata" y "enseguida nos sentimos en casa" (Lee, 1975). Pero se encontraban mejor que en sus casas: de su casa huyeron pero de aquí no se movían hasta que no recibían una oferta mucho mejor (Planells, 2002: 41) o la evolución de la sociedad ibicenca hacia mucho mejores otros lugares para vivir. Josefina Rodríguez cuenta la experiencia que vivieron Ignacio Aldecoa, ella misma y la hija de ambos, Susana, cuando llegaron a la isla por primera vez:

"Aunque ya conocíamos algunos puntos de la costa andaluza, levantina y catalana, Ibiza significó para nosotros el descubrimiento del Mediterráneo soñado. El Mediterráneo de las novelas y las películas. Un paraíso imaginado que nunca habíamos sospechado tan cercano. La isla era el resumen de todo lo que se nos negaba en el Madrid de aquella época. Un clima moral relajado. Un ambiente social cosmopolita de verdad. Extranjeros que vivían un exilio voluntario en las calas azules de la isla, ajena todavía a la agresión turística multitudinaria" (de Castro, 2003: 10).

Todos estos atractivos hicieron que se produjera una explosión de arte, de vida bohemia, a finales de los años cincuenta y durante los años sesenta. Ibiza cobijaba una o varias colonias de creadores internacionales, que frecuentaban Es Viver, Figueretes, Dalt Vila, La Marina, Sant Antoni y Santa Eulària. A título de anécdota se puede comentar que el agrónomo, militar retirado y ex-vicecónsul honorario de Holanda Hans van Praag, que residió durante años en Bali e Ibiza afirmaba que "Bali e Ibiza son completamente diferentes, pero tienen idéntico ambiente artístico, bonito, y con gente muy amable. Ahora allí, y aquí hay muchos turistas. Mi primera impresión cuando llegué a Ibiza es que el aire era como el de Bali. Allí también había muchos artistas: pintores, escultores, músicos" (Planells, 1980: 100).

El ambiente bohemio de Ibiza era frecuentado por extranjeros y personas de la península pertenecientes al mundo del arte que se caracterizaba por la convivencia e ignorancia

mutua de personas de distintas ideologías, profesiones y orígenes, por situaciones aparentemente contradictorias y por un fuerte aislamiento del resto de la sociedad ibicenca, más tradicional y culturalmente atrasada. El poeta catalán Francesc Parcerisas afirmaba, refiriéndose a la falta de contacto entre la comunidad local y la comunidad foránea, y a que la cultura que se genera en la isla no se muestra en la isla "muchos son extranjeros, pocos son ibicencos, y se crea, en ocasiones una auténtica barrera idiomática entre las dos comunidades. Gente como Villangómez son desconocidas para casi todos los extranjeros, ¿qué extranjero puede haber leído a Villangómez en catalán? Pocos extranjeros lo conocen y lo leen. Y a veces viceversa. Son compartimentos estancos" (Planells, 1980: 26).

Jerry Hoke ejemplifica el típico extranjero radicado en la isla: "reconozco que no estoy metido dentro de la cultura de los ibicencos, no hablo vuestro idioma, aquí todos me hablan castellano o inglés y nos entendemos perfectamente. Y así llegamos a un punto que yo vivo mi vida y ellos viven la suya. Me tratan bien, me aprecian" (Planells, 1980: 39-40).

En aquella "Ibiza high Fifties" (Lee, 1975: 148-159), el bullicio de la Marina o el de Santa Eulària ya era motivo de reportajes en numerosos semanarios nacionales y europeos. París-Ibiza era un trayecto habitual entre los numerosos escritores franceses, holandeses, alemanes, norteamericanos, algunos de los cuales formaban parte del ya respetado grupo COBRA (Dotremont, Hugo Claus, Corneille, Appel). Charles Orloff describe la vida que llevaban en aquellos años los artistas que residían en las islas:

"Cuando llegué había en la isla algunos americanos y algunos alemanes, más escritores y poetas que pintores. Ahora es al revés. [...] Por la noche nos encontrábamos todos en la ciudad, para charlar, sin barreras de nacionalidad. Llegamos a reunirnos nueve nacionalidades, y todos teníamos como característica común la pobreza. Las consumiciones se las pagaba cada cual, y cada uno fumaba su tabaco. Vivía yo en Ibiza, con cincuenta dólares al mes. [...] Y nada de propinas. Cierto es que tampoco las esperaban" (Planells, 1980: 173).

Por si la complejidad del fenómeno no era suficiente, en los años cincuenta existían diversos ambientes sociales. Por una parte existía la capital, que concentraba la mayor parte de los artistas bohemios, siguiendo con la tradición iniciada en los años treinta, y era foco de atracción social de la población local de parte de la isla. Sant Antoni tenía menos artistas pero era más cosmopolita y turística, en definitiva era el destino para snobs y ciertos personajes que vivían de fiesta en fiesta. Sant Antoni era el foco de atracción de la población local que vivía en la parte de poniente de la isla y el entorno en el que aparecieron los palanqueros: "El mundo cosmopolita, snob, de San Antonio

carecía de vías de comunicación directa con el mundillo bohemio, artístico, que se había formado, que se estaba desarrollando en la ciudad, y cuya culminación constituiría realmente un hito histórico en los anales ibicencos referidos al arte y la cultura" (de Castro, 2003: 75).

Finalmente en el resto de la isla, salvo algunos extranjeros que vivían apartados del mundillo de Sant Antoni o de la capital, perduraba una sociedad con un carácter más autóctono y con menos influencias producidas por los extranjeros.

Muchos de estos artistas compartían la visión romántica de una isla idílica donde las posibles deficiencias que padecía la población eran vistas como parte del exotismo del Mediterránea (Rodríguez, 2003: 42), tal y como comentaba Carlos Sansegundo al llegar a la Isla: " Una vez aquí pude sentir de cerca la gran libertad que ofrece Ibiza, libertad donde hasta el saber era libre" (Museu d'Art Contemporani, 1992: 39); o Hans Laabs: "cuando llegué a Ibiza, sentí en seguida que era el sitio que yo buscaba para olvidar un siglo de hierro, fuego y desgracias" (Planells, 1986: 30). Era paradójico comprobar como muchos artistas que habían vivido la dictadura nazi afirmaban tener libertad en un estado dictatorial como el franquista. La única explicación es la desconexión de estos artistas con la sociedad ibicenca y la relajación de la represión franquista en Ibiza (Rodríguez, 2003: 43). El franquismo apoyó o al menos toleró el arte contemporáneo en la mayoría de los casos y sólo lo reprimió cuando era obvia la vinculación entre arte y contestación política (Rodríguez, 2003: 79).

*Generación Beat y beatniks.* En los años cincuenta se produce un hecho que tendrá gran relevancia para el desarrollo turístico, la aparición de los beatniks. Se trata de un movimiento juvenil aparecido por aquella época en California (EE.UU.) que se caracteriza por seguir la cultura beat, la cual se basa en las ideas expresadas por los escritores de la Generación Beat. Probablemente, los beatniks descubrieron Ibiza a través de artículos de prensa aparecidos en Estados Unidos y cuyos autores los escribían desde Ibiza (Ramón, 2001: 75-76). La filosofía beat era básicamente contracultural, irracionalista, antiintelectualista, antimaterialista, anticapitalista y antiautoritaria, que remarcaba la importancia de mejorar la interioridad de cada uno más allá de las posesiones materiales. Los beatniks se autoexcluían del "sistema" llevándolos a huir de toda acción colectiva u organizada, por lo que su individualismo, llevado hasta las últimas consecuencias, limitaba su actividad a pequeños grupúsculos de marginados y artista (Granjon, 1985: 145-146; Phillips, 1995).

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. Los hippies, buscando los mismos enclaves que los beatniks,

---

llegaron a Ibiza en gran número y dejaron una poderosa influencia en los años sesenta. 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 resumidas cuentas se puede afirmar que 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.

#### *Actitudes de los residentes.*

La fase de implicación se caracteriza, precisamente, por el aumento muy significativo de la concienciación e implicación de una parte cada vez mayor de la población ibicenca en el nuevo sector económico. Las miserias económicas sufridas por la población en los años cuarenta, junto con los cambios que estaba viviendo el sector a nivel mundial, ayudaron a ello. En el primer tercio del siglo XX, la población llevaba una vida austera, pero con claras mejoras respecto a periodos anteriores, pero en la posguerra el bloqueo comercial vivido hizo que, por necesidad, los ibicencos buscaran una salida a la situación por cualquier vía, incluido el nuevo sector de la “economía de los visitantes”.

Si la posguerra hizo que los residentes buscaran en el turismo una salida a su situación, los cambios en las sociedades emisoras de turistas (vacaciones pagadas, vuelos chárter, etc.) convirtieron una actividad reservada a unas élites en algo al alcance de mucha gente, y al aumentar el volumen de potenciales turistas aumento el atractivo del sector como actividad económica. Es decir, los ibicencos se empezaron a implicar en el turismo de forma significativa debido a una necesidad imperiosa, la pobreza generada por la posguerra, y a una mejora de perspectivas del sector a causa de los cambios en las sociedades emisoras.

La Administración fue abandonando las posturas más conservadoras posteriores a la Guerra Civil con el paso de los años. El régimen consideraba el turismo un mal necesario para obtener las divisas que financiaran las importaciones (Cirer, 2004: 188-189). El hecho de que la presión del régimen fuera menor hizo que la isla se convirtiera en "una discreta sala de espera para escritores, críticos de arte y artistas nacionales" (Planells, 2002: 39), es decir trabajaban y residían, al menos parte del año, en Ibiza a la espera de mejores tiempos, con más libertad, en las grandes ciudades de la península. La situación que encontraban en Ibiza es descrita por Josefina Rodríguez, esposa de Ignacio Aldecoa, en el prólogo de un libro de su marido: "En Ibiza nos sentimos inmersos en la libertad. Libertad en las conductas personales. Libertad en las costumbres. Libertad respetada y aceptada con naturalidad por los isleños. Parecía que habíamos encontrado 'la felicidad'. Peligrosa palabra que hay que escribir entre comillas" (Aldecoa, 1995).

En esta fase del ciclo de vida del destino turístico se pueden diferenciar varios grupos de residentes: los extranjeros, los ibicencos que viven del campo y los ibicencos implicados en el sector turístico.

Los extranjeros, formados por artistas, intelectuales, beatniks y otros individuos que simplemente buscan una vida más tranquila y apacible. Este grupo de individuos forman una comunidad muy heterogénea, tienen comportamientos muy transgresores, incluso para sus sociedades de origen, y no se relacionan ni muestran interés por la población autóctona: "Si Ibiza ha sido Babel alguna vez -como pretenden muchos reportajes que emplearon esta imagen- fue entonces, es decir, a finales de los cincuenta y a principios de los sesenta. [...] Pues digno de lector atento en no confundir masa turística [...] con mesa artística, con taller creativo, con terraza alocada e imaginativa" (Planells, 2002: 40).

Identificados o no como beatniks, gran parte de estos extranjeros comparten sus señas de identidad, desde el rechazo a la forma de vida de la clase media hasta un elevado grado de individualismo, que les hará mantenerse al margen de cualquier acción colectiva organizada, lo cual les facilitará llevar una vida tranquila durante el franquismo (Cerdà y Rodríguez, 1999: 10). La falta de contacto con los ibicencos evita conflictos entre las dos comunidades y en los pocos puntos en los que se produce una cierta concurrencia de ambos grupos sociales se convierten en elemento de admiración para los jóvenes de la isla.

Los ibicencos más tradicionales seguían viviendo del campo. Una parte aún significativa de la población local seguía viviendo de la agricultura, tal y como hacían a principios de siglo. Esta parte de la población local se caracterizaba por estar compuesta principalmente por personas mayores que habían vivido toda la vida del campo y les costaba no sólo adoptar los cambios sino también entenderlos. A partir de los años cincuenta, la población dedicada a la agricultura se ira reduciendo al ritmo que estos individuos se vayan jubilando o muriendo, ya que ellos no cambian de sector económico y entre las nuevas generaciones no hay incorporaciones al sector, más allá de casos anecdóticos. A partir de los años setenta, la agricultura ya sólo será una actividad complementaria o un hobby para el fin de semana.

Los ibicencos implicados en el sector turístico. Este grupo estaba formado principalmente por los empresarios que empezaron a creer en el sector en décadas anteriores, nuevos empresarios que buscan en el turismo mejores beneficios y un gran número de jóvenes que quieren vivir mejor que sus padres y progresar. Hay que tener en cuenta que el sector industrial nunca fue apreciable en Ibiza y el sector primario vivió su último periodo de relativa bonanza en los años cincuenta, lo cual limitaba las alternativas laborales de la población. Si a ello sumamos que las personas dedicadas a la agricultura o la pesca

tenían niveles de vida prácticamente de subsistencia y que en aquella época los trabajos en el sector servicios (esencialmente turismo) se encontraban en expansión y eran mucho mejor pagados, además de tener mayor “glamur” entre la población, es fácil comprender que muchos jóvenes buscaran su futuro profesional y vital vinculado al turismo.

A partir de los años cincuenta, muchos jóvenes al terminar los estudios obligatorios realizan cursillos de idiomas o de restauración a la vez que empiezan a trabajar como camareros, recepcionistas, guías turísticos, conductores de autobuses, taxistas, etc. Algunos de ellos trabajaban en temporada baja en las obras de construcción de hoteles, completando los ingresos que obtenían en verano. La implicación de estos ibicencos con el turismo no se resumía a trabajar en el sector, muchas veces en condiciones lamentables, sino que también vivían dentro del turismo: frecuentaban los establecimientos de ocio enfocados a los turistas, se bañaban en las playas frecuentadas por los turistas, etc. Planells lo comenta en los siguientes términos: "ibicencos ambiciosos pedían créditos para construir hoteles, mientras por las noches y a escondidas, aprendían inglés y amor libre, alemán y gestión de empresa, francés y libertad de pensamiento" (Planells, 2002: 31).

Un ejemplo del grado de inmersión de los jóvenes de la época en el ambiente turístico son los “palanqueros” que abundaban en Sant Antoni. Antoni Hormiga comenta el inicio de los "palanqueros": "Nuestras primeras relaciones con las turistas se solían limitar a hacer acto de presencia en Can Tarba. Aquello fue el nacimiento de los palanqueros, expresión que se hizo famosa años más tarde. [...] Por lo que recuerdo, los primeros turistas eran de una mediana edad, con jovencitas de unos cuarenta años y jovencitas de menos años..." (Planells, 1980: 185).

## CONCLUSIONES

En los años cuarenta y cincuenta, los residentes se empezaron a implicar en el turismo de forma significativa debido a una necesidad imperiosa, la pobreza generada por la posguerra, y a una mejora de perspectivas del sector a causa de los cambios en las sociedades emisoras. Además se produjeron cambios de impacto brutal ya que se pasó de una sociedad tradicional a la vanguardia social mundial y de una sociedad poco compartimentada a una sociedad con compartimentos estancos que permiten que personas físicamente vecinas sean desconocidas. No sólo no había contacto entre los ibicencos y los extranjeros, sino que incluso los diversos grupos de extranjeros no mantenían casi ningún contacto. Planells lo comenta: “Parece increíble que los intelectuales de la época no se hubieran conocido, pero fue así: Ibiza siempre ha respetado esta forma estanca de comportamiento, estos microclimas humanos, las universales pequeñeces cotidianas...” (Planells, 2002: 33).

La compartimentación e ignorancia mutua facilitó un ambiente de libertad y tolerancia. El escritor Peter Kinsley habla de la población local en los siguientes términos: "los ibicencos me gustan especialmente, más que los de la península, porque son tolerantes. Hacen su vida, y dejan a los demás hacer la suya. Eso es una buena cualidad. Son muy tranquilos con los extranjeros..." (Planells, 1980: 84). La situación vivida en los cincuenta se encuentra descrita de forma magistral por de Castro:

"Constituía Ibiza un lugar único, punto insólito de nuestra extensa geografía nacional. Insólito, digo, por la libertad de costumbres al uso, por el libertinaje [...] con que se comportaba una parte de la sociedad; el sector integrado por los extranjeros y por algunos peninsulares residentes [...]. Los ibicencos, en su inmensa mayoría, permanecieron inmunes a las modas extranjeras, enriscados en sus creencias y tradiciones ancestrales, pero sin escandalizarse tampoco por lo que veían sus ojos, ni, mucho menos, meterse a corregir yerros o pecados del prójimo. Esta, además, había sido una actitud suya histórica. Por otra parte, el clero, asombrosamente, permaneció neutro, atento sólo a su real feligresía, sin parar mientes en lo que hacía la gente extraña a la civita Dei. [...] Por otro lado, Ibiza quedaba muy a trasmano de Madrid, y tenía escasas comunicaciones con la satrapía de Palma de Mallorca, donde residía el gobernador civil y jefe provincial del Movimiento" (de Castro, 2003: 172-173).

Como vemos, las actitudes de esta fase del ciclo de vida de Ibiza se caracterizan por sus similitudes con las de los años treinta. Una parte importante, pero cada vez menor, de la población autóctona permanecía aun al margen del sector, viviendo del campo. Otra parte de la población autóctona, en rápido crecimiento, está compuesta por jóvenes con fuerte implicación en el sector. Los artistas e intelectuales extranjeros son muy pocos y permanecen apartados de la temática turística. Los Críticos son escasos y no muestran una oposición al turismo, más bien son neutrales. Sólo hay críticas significativas en los primeros años cuarenta y por parte de individuos vinculados al régimen, pero pronto desaparecen o se atenúan. El resto de grupos sociales aún no tienen presencia significativa. Por tanto, nos encontramos con un creciente número de personas sin opinión formada que pasan a ser partidarios del turismo a causa de las mejores condiciones de vida que ofrece el turismo respecto al campo.

Ibiza en los años cuarenta y cincuenta es un buen ejemplo de la influencia que posee la situación económica de la región en la implicación y el fomento de actitudes positivas por parte de los residentes, como ya indicaron otros autores (Allen et al, 1993; Lankford, 1994; Perdue et al, 1990). Las actitudes positivas generadas, combinadas con amplios niveles de tolerancia y respeto hacia las costumbres de los visitantes, son fundamentales para impulsar un potencial destino turístico. Estos elementos son los que hicieron posible que Ibiza se impulsara a la esfera internacional como destino turístico.

---

## REFERENCIAS

- Aldecoa, I. (1995). *Cuentos completos*. Madrid: Editorial Alfaguara.
- 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), p. 27-33.
- Allen, L. R., Long, P. T., Perdue, R. R. y Kieselbach, S. (1988). "The impact of tourism development on residents' perceptions of community life". *Journal of Travel Research*, 27(1), p. 16-21.
- 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), p. 5-12.
- Cerdà, J., y Rodríguez, R. (1999). *La repressió franquista del moviment hippy a Formentera (1968-1970)*. Eivissa: Res Pública Edicions.
- Cirer, J. C. (2001). *Evolució de l'oferta de places turístiques a Eivissa i Formentera (1950-2000)*. *Estudis sobre turisme a Eivissa i Formentera 2*, 73-93. Eivissa: Editorial Mediterrània-Eivissa.
- Cirer, J. C. (2002). *L'economia d'Eivissa i Formentera en el segle XX*. Palma de Mallorca: Edicions Documenta Balear S.L.
- Cirer, J. C. (2004). *De la fonda a l'hotel. La Gènesi d'una Economia Turística*. Palma de Mallorca: Edicions Documenta Balear S.L.
- de Castro, F. G. (2003). *La isla perdida. Memoria de una época de Ibiza*. Eivissa: Editorial Mediterrània-Eivissa.
- Granjon, M. C. (1985). *L'Amérique de la contestation. Les années soixanta aux Etats Unis*. Paris: Presses de la Fondation Nationale des Sciences Politiques.
- INE. Web Site: <http://www.ine.es> [31 de julio de 2012]
- Johnson, J. D., Snepenger, D. J. y Akis, S. (1994). "Residents' perceptions of tourism development". *Annals of Tourism Research* 21(3), p. 629-642.
- Jurowski, C. (1994). *The Interplay of Elements Affecting Host Community Resident Attitudes toward Tourism: A Path Analytic Approach*. Unpublished doctoral thesis, Virginia Polytechnic Institute and State University.
- Lankford, S. V. (1994). "Attitudes and perceptions toward tourism and rural regional development". *Journal of Travel Research*, 24(3), p. 35-44.
- Lee, L. (1975). *I Can't Stay Long*. London: Penguin Books.
- Martin, B. S. y Uysal, M. (1990). "An examination of the relationship between carrying capacity and the tourism lifecycle: management and policy implications". *Journal of Environmental Management* 31(4), p. 327-333.
- Mason, P. y Cheyne, J. (2000). "Resident's attitudes to proposed tourism development". *Annals of Tourism Research*, 27(2), p. 391-411.

- Murphy, P. E. (1983). "Perceptions and attitudes of decisionmaking groups in tourism centers". *Journal of Travel Research* 21(3), p. 8-12.
- Murphy, P. E. (1985). *Tourism: A community approach*. New York: Routledge.
- Museu d'Art Contemporani (1992). *Grupo Ibiza 59. Passat i Present*. Eivissa: Museu d'Art Contemporani.
- Perdue, R. R., Long, P. T. y Allen, L. (1990). "Resident support for tourism development". *Annals of Tourism Research*, 17(4), p. 586-599.
- Phillips, L. (edi.) (1995). *Beat Culture and the New America: 1950-1965*. New York: Whitney Museum of Art.
- Pizam, A. (1978). "Tourism's impacts: the social costs to the destination community as perceived by its residents". *Journal of Travel Research* 16(4), p. 8-12.
- Planells, A. (1984). *Ibiza y Formentera, ayer y hoy*. Barcelona: Antonio Planells Ferrer.
- Planells, M. (1980). *Ibiza, la senda de los elefantes, volumen I*. Palma de Mallorca: Antigua Imprenta Soler.
- Planells, M. (1986). *Ibiza, la senda de los elefantes, volumen II*. Barcelona: Ediciones Obelisco S. A.
- Planells, M. (2002). *El nacimiento de Babel -Ibiza años 60-*. Eivissa: José Ferrer y Vicent Guillamó.
- Ramón, E. (2001). *Historia del turismo en Ibiza y Formentera. 1900-2000*. Eivissa: Genial Ediciones Culturals.
- Ritchie, J. R. B. (1988). "Consensus policy formulation in tourism: Measuring resident views via survey research". *Tourism Management* 9(3), 199-212.
- Rodríguez, R. (2003). *Avantguarda artística i societat a Eivissa (1933-1985)*. Eivissa: Res Pública Edicions.
- 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° 630.
- Williams, J. y Lawson, R. (2001). "Community issues and resident opinions of tourism". *Annals of Tourism Research*, 28(2), p. 269-290.
- Zornoza, J. (1964). "El turismo en Ibiza, factor importantísimo de su economía". *Boletín de la Cámara Oficial de Comercio, Industria y Navegación de Palma de Mallorca* n° 644.

---

## **MODELO ALTERNATIVO DE FUNCIONAMIENTO DEL SISTEMA TURÍSTICO: DISEÑO Y DESARROLLO METODOLÓGICO DE LA OFERTA TURÍSTICA**

**Manuel Antonio Abarca Zaquinaula**

Magister en Profesor-Investigador en Turismo

Escuela Superior Politécnica de Chimborazo-Extensión Norte Amazónica, Ecuador

manuel.abarca@espoch.edu.ec

### **Resumen**

Se diseñó y desarrolló metodológicamente el funcionamiento ideal del motor de la oferta turística del modelo alternativo de funcionamiento del sistema turístico (con base en los modelos de Roberto Boullon, Neil Leiper y la OMT), cambiando el enfoque actual de los modelos de desarrollo turístico (desde la oferta) a un enfoque sistémico-mecánico basado en el estudio del nicho ecológico de la demanda turística real y potencial (gustos, preferencias, necesidades, exigencias y tendencias), obteniendo un encadenamiento de competitividad entre todos sus elementos directos e indirectos del turismo, generando innovación turística y tecnológica en los productos diseñados, basados en el uso sostenible de los recursos naturales y culturales. También se identificaron cuatro pasos a seguir para desarrollar eficientemente un destino turístico, con el objetivo de cerrar la brecha existente entre el estado actual del nicho ecológico de la demanda turística y la oferta de productos y servicios turísticos existentes en el destino turístico.

**Palabras clave:** Dinámica del motor, competitividad, producto turístico, planificación del espacio turístico.

---

## **ALTERNATIVE MODEL OF OPERATION OF THE TOURIST SYSTEM: DESIGN AND METHODOLOGICAL DEVELOPMENT OF THE TOURIST OFFER**

**Manuel Antonio Abarca Zaquinula**

Magister en Profesor-Investigador en Turismo

Escuela Superior Politécnica de Chimborazo-Extensión Norte Amazónica,  
Ecuador

manuel.abarca@epoch.edu.ec

### **Abstract**

It was designed and developed methodologically the ideal operation of the engine of the tourist supply of the alternative model of operation of the tourism system (based on the models of Roberto Boullon, Neil Leiper and OMT), changing the current approach of tourism development models from the supply) to a systemic-mechanical approach based on the study of the ecological niche of the actual and potential tourist demand (tastes, preferences, needs, demands and trends), obtaining a chain of competitiveness between all its direct and indirect elements of tourism, generating tourism and technological innovation in the products designed, based on the sustainable use of natural and cultural attractions. Four steps were also identified to efficiently develop a tourist destination, with the aim of closing the gap between the current state of the ecological niche of tourist demand and the offer of tourism products and services in the tourist destination.

**Key words:** motor dynamics, competitiveness, tourism product, tourism space planning.

---

## INTRODUCCIÓN

En 2015 la llegada de turistas a nivel mundial fue de 1.186 millones, que a su vez generaron 1.260.000 millones de dólares de ingresos en los destinos visitados, además en servicio de exportaciones de transporte internacional de pasajeros prestados o no residentes fue de 211.000 millones de dólares. El turismo internacional representa el 7% de las exportaciones a nivel mundial de bienes y servicios, y como categoría mundial de exportación, ocupa el tercer puesto, tan solo por detrás de combustibles y de productos químicos, y por delante de alimentación y de la industria de automoción (OMT, 2016).

El turismo se encuentra relacionado directamente con la estructura cambiante de la sociedad, según las previsiones, la población mundial, llegará a los 8300 millones en 2030, la esperanza de vida se incrementará en la mayor parte del mundo, los hogares y las familias son ya más diversas y la migración está cambiando el rostro de las sociedades. Todos estos cambios incidirán en el tipo de turista, sus lugares de origen y de destino, los tipos de alojamiento que buscarán y las actividades que desarrollaran durante sus viajes (UNWTO, 2016).

Estas actividades actualmente se realizan en todos los destinos turísticos del mundo, generando millones de divisas turísticas, estas a su vez, son redistribuidas a miles de servidores, empresarios y/o microempresarios turísticos, reactivando las economías de los pueblos. Precisamente la preocupación del autor es que en muchos de estos destinos no funciona a plenitud la industria turística, afectando a las personas más vulnerables de la sociedad económicamente hablando, ya que, al iniciar un emprendimiento en la zona de oferta de destino turístico, experimentan la no presencia de las corrientes turísticas esperadas y se ven obligados a cerrar sus emprendimientos o a vivir modestamente apoyados de otras actividades económicas. Esta mala experiencia la van replicando en la ciudadanía y forman un imaginario colectivo negativo acerca de los beneficios de esta industria.

Analizando la problemática antes mencionada, en el presente ensayo se plantea un modelo alternativo de funcionamiento del motor de la oferta turística, con un enfoque sistémico-mecánico, en el que se explica que cualquier destino turístico puede armarlo y gozar de sus beneficios, para mayor detalle se desarrolla a continuación una serie de pasos ordenados a seguir para obtener un desarrollo endógeno de la oferta de un destino turístico, con base en los gustos, preferencias, necesidades, exigencias y tendencias de las corrientes turísticas.

## METODOLOGÍA

Antes de desarrollar el enfoque metodológico, es necesario establecer el significado de los términos que se están usando (dinámica del motor, competitividad, producto turístico, planificación del espacio turístico), de esta manera se pretende ser más

efectivos (pertinentes) en el desarrollo de la metodología. Existen numerosas acepciones que pueden tomar los términos propuestos, las cuales dependen del área en que se aplique (medicina, ingeniería, gerencia, entre otros). Es conveniente partir de los conceptos generales y los aceptados en las experiencias desarrolladas sobre el tema de funcionamiento de sistemas.

Dinámica del motor: se desarrolla estudiando sus principales componentes. Se puede describir como un sistema rígido con dos discos uniformes concéntricos conectados entre sí (el eje y el imán cilíndrico), que experimentan fuerzas de fricción básicamente en el punto de unión del estator y el rotor (periferia del imán y apoyo del eje). La expresión final, corresponde a la variación de la aceleración angular, una vez calculada la aceleración angular del motor, es posible establecer la velocidad angular que alcanza en función del tiempo (Saldoval, 2010).

Competitividad: las empresas logran ventaja competitiva mediante actos de innovación. Enfocan su innovación en su sentido más amplio, que comprende tanto nuevas tecnologías como nuevos modos de hacer las cosas. Encuentran nueva forma de competir o mejores medios para competir al modo antiguo. La innovación puede manifestarse en el diseño de un nuevo producto, en nuevo proceso de producción, en un nuevo método comercial, en un nuevo modo de llevar a cabo la formación y capacitación del personal. Buena parte de las de las innovaciones son banales y marginales, y dependen más de la acumulación de pequeñas intuiciones y progresos que dan un gran logro tecnológico. A menudo, implican ideas que ni siquiera son nuevas, ideas que estaban por ahí pero que nadie ha llevado a cabo con tesón. Y que siempre implican inversiones en destreza y conocimiento, así como en bienes físicos y en la reputación de la marca (Porter, 2003)

Producto turístico: los productos constituyen una de las cuatro variables del llamado marketing mix y, sin duda, una de las más importantes pues representan el satisfactor de las necesidades de los consumidores lo cual se logra mediante diferentes técnicas y medios. Los productos turísticos son ofertas de diferentes tipos que se preparan para ser brindadas al turista en forma de actividades y servicios, mediante el empleo de diferentes tecnologías y/o instalaciones. Deben ser capaces de motivar visitas a un lugar tanto por un corto tiempo hasta de varios días, para satisfacer un interés o necesidad específica de determinados servicios: recreativos, naturales, culturales, de salud u otros, o una combinación de varios de ellos, y que, además, propicien las mejores experiencias. Los productos turísticos se organizan atendiendo a las características de los segmentos de mercado y en especial, a la motivación que origina el viaje, la cual es la condicionante principal en el diseño de todo producto turístico. Por ello también cuando se popularizan determinadas modalidades turísticas se comienza a hacer referencia a nuevos productos como, por ejemplo, turismo rural, turismo gastronómico entre otros (Salinas, 2009).

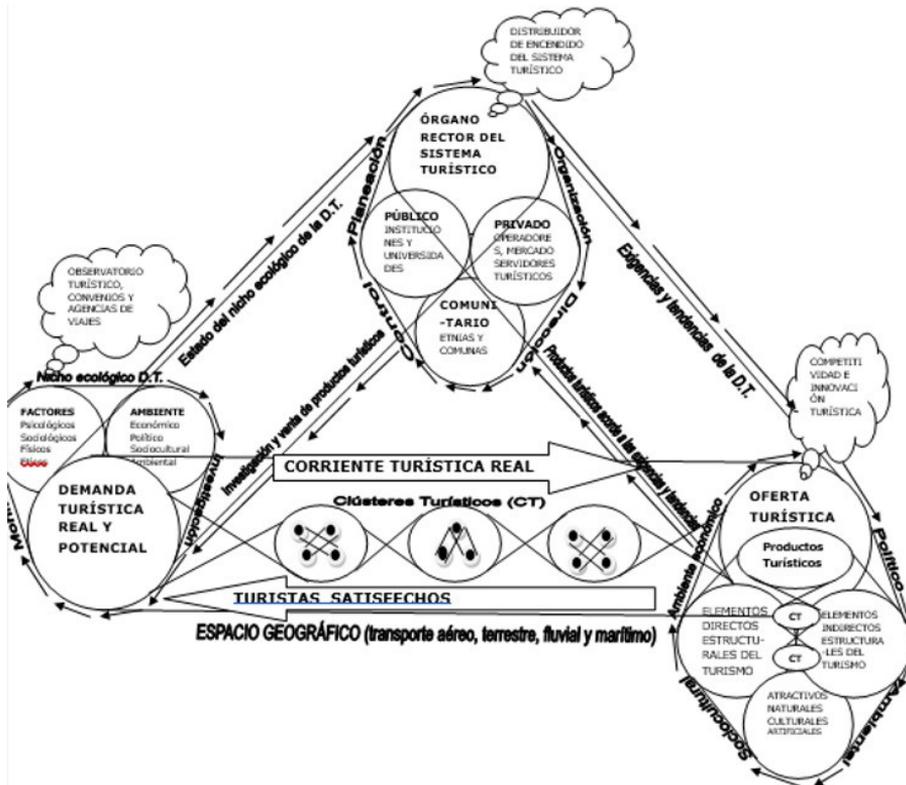
---

Planificación del espacio turístico: la planificación física es una técnica que pertenece a las categorías fácticas del conocimiento científico. Su finalidad es el ordenamiento de las acciones del hombre sobre el territorio y se ocupa de resolver armónicamente la construcción de todo tipo de cosas, así como de anticipar el efecto de la explotación de los recursos naturales. Existen dos tipos generales de planificación física, la planificación del espacio urbano y la planificación del espacio natural. Además El lenguaje del planeamiento maneja siete tipos distintos de espacio físico (real, potencial, cultural, natural, virgen, artificial y vital). Algunos de éstos corresponden a distintas expresiones materiales del espacio físico (cultural, natural, virgen, artificial), otros son calificaciones conceptuales propias del planeamiento (real y potencial) y uno de ellos pertenece al campo de la ecología (vital). La mejor forma de determinar un espacio turístico es recurrir al método empírico, por cuyo medio se puede observar la distribución territorial de los atractivos turísticos y de la planta, a fin de detectar las agrupaciones y concentraciones que saltan a la vista. De este modo, por medio de un procedimiento sistemático y de la aplicación de las metodologías específicas, se pueden encontrar todos los componentes del espacio turístico que se señalan a continuación, los cuales se han anotado en escala descendente con relación al tamaño de su superficie: zona, área, complejo, centro, unidad, nucleó, conjunto, corredor, corredor de traslado, corredor de estadía (Boullón, 2006).

Para el desarrollo metodológico de la oferta de destinos turísticos, se empleó el enfoque sistémico-mecánico, con base en la propuesta alternativa de funcionamiento del sistema turístico, empleando los siguientes métodos teóricos; método analítico, método lógico y método de la concreción.

## Modelo alternativo de funcionamiento del sistema turístico

Gráfico 1. Modelo alternativo de funcionamiento del sistema turístico



Fuente: Abarca (2017:347)

El presente modelo alternativo de funcionamiento del sistema turístico se lo realizó con base en los modelos de Roberto Boullón, Neil Leiper y la OMT, está compuesto de cuatro partes: órgano rector del sistema turístico, demanda real y potencial, espacio geográfico y la oferta del sistema turístico, que funcionando de una forma coordinada, armónica y rutinaria e interrelacionados entre sí, como una estructura real mecánica, que cada una de sus partes dependerá de la otra consecutivamente, obtienen un funcionamiento eficiente, y aprovechan de manera sostenible los beneficios de la cadena de valor del gasto turístico (Abarca, 2017).

---

La fortaleza de este modelo alternativo de funcionamiento del sistema turístico radica en el entrelazamiento entre todos sus componentes proporcionando una estructura compacta y que todo su funcionar va a depender del entendimiento del nicho ecológico de la demanda turística, comprendiendo al nicho ecológico como “la posición relacional de una especie o población en un ecosistema o en el espacio concreto que ocupa en el ecosistema. En otras palabras, cuando hablamos de nicho ecológico, nos referimos a todas las actividades que realiza (ocupación), o la función que desempeña cierto individuo dentro de una comunidad” (Carabias & Meave, 2009). Teniendo presente que de la investigación y monitoreo constante del nicho ecológico de la demanda turística emergerán los gustos, preferencias, necesidades, exigencias y tendencias de las corrientes turísticas del destino, que serán la luz y guía para el funcionar mecánico de las cuatro partes del sistema turístico, en especial de los servidores y/o empresarios del motor de la oferta turística, quienes tendrán que adaptarse, fortalecerse y moldearse a estas características de su demanda para que mediante la competitividad empresarial, innovación turística y tecnológica puedan satisfacer a plenitud a la demanda turística del sistema.

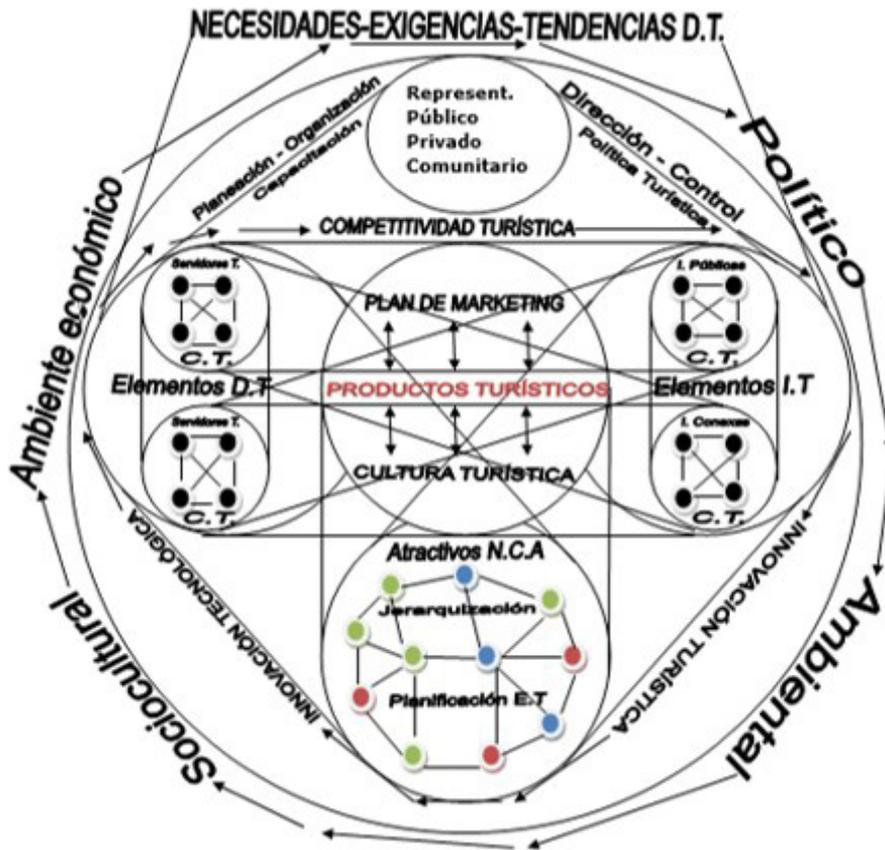
Cabe resaltar que el presente ensayo va a diseñar y desarrollar metodológicamente la parte de la oferta del sistema turístico expuesto en el gráfico 1, explicando claramente los pasos a seguir para obtener el funcionamiento ideal del motor de la oferta turística. Para mayor detalle se describen a continuación.

## **RESULTADOS Y DISCUSIÓN**

El presente ensayo nace del interés de efectivizar el funcionamiento de la oferta turística del modelo alternativo de sistema turístico propuesto, para ello a la oferta se la percibe como un gran motor intangible que debe ser diseñado y armado pieza por pieza, narrando el desarrollo metodológico que debe darse en un destino turístico, resaltando que la oferta no puede seguir funcionando con partes y/o piezas separadas que no se conectan entre sí, y que a su vez se preguntan ¿Por qué no se desarrolla el turismo?, a continuación se presenta el diseño del motor y su funcionamiento ideal, recalcando que en primera instancia es imperante conocer a plenitud los gustos, preferencias, necesidades, exigencias y tendencias de la corriente turística del sistema y/o destino turístico a desarrollar, estos insumos deben guiar la inversión (pública-privada-comunitaria), planeación del espacio turístico, jerarquización de los atractivos, diseño de sistemas de manejo del impacto de los visitantes, y desarrollo de la atractividad del destino. El marketing debe ser el reflejo y proyección de estas características de la demanda (gustos, preferencias, necesidades, exigencias y tendencias de la demanda real

y potencial), despertando tanto interés en la demanda potencial al igual que una golosina a un niño, satisfaciendo in situ a plenitud las expectativas de la demanda real, ya que esta será el detonante del posicionar del destino en el mercado turístico mundial.

Gráfico 2. Diseño del motor de la oferta del sistema turístico



Fuente: Elaboración propia

## **Componentes del motor de la oferta del Sistema Turístico**

La oferta de un destino y/o sistema turístico está conformado por todos los servicios y/o productos turísticos (atractivos + facilidades + accesibilidad) que a través de la innovación, tecnología, competitividad, talento humano, política y economía, se puedan crear y posicionar en el mercado turístico mundial. Estos productos turísticos están integrados por los atractivos naturales, atractivos culturales, atractivos artificiales, elementos directos del turismo y elementos indirectos del sistema turístico.

### **Atractivos naturales, culturales y artificiales:**

Son el atractivo y motivo de viaje de los turistas; los atractivos naturales están compuestos por toda la belleza comparativa de biodiversidad y geografía de las ecozonas, ecoregiones, biomas o ecosistemas existentes en el sistema turístico en análisis. Los atractivos culturales se conforman de la diversidad de etnias y comunas existentes en la zona. Los atractivos artificiales son los fabricados, construidos y /o elaborados por el hombre existentes en el sistema turístico.

Todos los atractivos naturales, culturales y artificiales deben ser inventariados y jerarquizados de manera objetiva y profesional por el órgano rector del sistema turístico, sean estos; públicos, privados y/o comunitarios. Además esta información debe fluir con toda normalidad, tipo base de datos, con acceso de todos los servidores turísticos, teniendo presente que los atractivos antes mencionados son la plataforma para la creación de posibles productos turísticos.

### **Elementos estructurales directos del turismo:**

Son todos los servidores y/o empresarios que legalmente constituidos integran el catastro turístico del sistema en análisis, giran en torno a la satisfacción de las necesidades de transporte, hospedaje, alimentación, recreación y bienestar de la corriente turística real, aquí podemos encontrar a establecimientos hoteleros, extrahoteleros, restaurantes, empresas de transporte aéreo-terrestre-fluvial o marítimo, establecimientos de recreación, parques temáticos, naturales, bares, supermercados, complejos deportivos entre otros que se encuentren operando en el sistema turístico.

---

El órgano rector del sistema turístico, debe proporcionar a todos los servidores y/o empresarios, información periódica del comportamiento (exigencias y tendencias) de la demanda turística real y potencial, por medio de los representantes públicos, privados, y comunitarios que lo integran, teniendo presente que, esta información debe guiar las funciones de planeación, organización, dirección y control del sistema turístico.

Todos los servidores y/o empresarios turísticos tienen que ser capacitados regularmente, por el órgano rector del sistema turístico propuesto, en temas de atención al cliente, manejo de grupos, innovación turística, relaciones públicas, funciones de la administración de una empresa, manejo de las herramientas del marketing, creación de productos turísticos competitivos, entre otros temas pertinentes a las exigencias y tendencias de las corrientes turísticas reales y potenciales de su sistema.

Los servidores y/o empresarios turísticos deben conformar clústeres que compartan y persigan objetivos y estrategias similares, como se puede apreciar en el gráfico del modelo de funcionamiento del sistema turístico propuesto, conjuntos de puntos conectados por líneas, eso significa que cada punto es un servidor y/o empresario turístico, cada conjunto de puntos es un clúster turístico y las líneas que los unen representan la fluidez de información que tiene que existir entre empresarios y/o clústeres turísticos, esta información debe girar en torno a la experiencia de atención a los turistas de parte de cada uno de ellos, sin guardarse ninguna experiencia con síntomas de celos empresariales, no pueden verse entre ellos como competencia, porque la competencia está en otros sistemas turísticos, más no en este sistema en análisis, mientras más gruesa sea la línea que una a los servidores y/o clústeres turísticos mayor será la efectividad y/o rentabilidad del sistema y mientras más delgada sea la línea antes mencionada, menor será la efectividad con la que funcione el sistema turístico, que con el tiempo dejará de funcionar y existirán malas experiencias en los turistas, bajo aprovechamiento sostenible del gasto turístico, no reactivación de la economía, pobreza, cierre de empresas, entre otros.

La innovación tecnológica turística con base a la información del comportamiento de la demanda real-potencial y experiencias de atención a la corriente turística in situ, debe guiar la creación de nuevos productos turísticos, que generen un constante dinamismo (actividades-servicios adaptados a las exigencias y tendencias de la demanda) en los servidores y/o empresarios de la oferta turística, que no permita llegar al declive del sistema en análisis. Además, se debe crear un software que permita la fluidez de la información antes mencionada entre todos los servidores y/o empresarios turísticos, con oficinas en los terminales terrestres, aeropuertos y puertos marítimos, que satisfaga las necesidades de alojamiento, alimentación, recreación entre otros, de los turistas que no hayan adquirido un inclusive tour (todo incluido). El software debe contar

con un amplio portafolio de servicios, basado en costos, que permitan al turista escoger opciones y automáticamente obtenga el servicio que satisfaga a plenitud sus necesidades, con tan solo pinchar en una opción del software.

### **Elementos estructurales indirectos del Turismo:**

Son las instituciones públicas encargadas de la construcción de vías de comunicación y transporte, servicios generales como: agua potable, luz, alcantarillado, salud, educación e industrias conexas, sean estas mixtas, privadas y/o comunitarias que ofrezcan servicios bancarios, tecnológicos, de seguros entre otros, que no necesariamente tengan contacto en primera instancia con el turista, pero que son de suma importancia para el diseño de productos y funcionamiento efectivo del sistema turístico.

Necesariamente en la formación de clústeres y productos turísticos de la oferta, deben constar los elementos indirectos del turismo, de acuerdo a la pertinencia de sus objetivos. Además la oferta turística debe vestirse de un buen ambiente político, económico, y sociocultural, que se vea reflejado en los ambientes que conforman el nicho ecológico de la demanda turística, puestos en valor por los residentes a la hora de tomar la decisión de viajar hacia un destino turístico.

### **Funcionamiento del motor de la oferta del sistema turístico**

Para obtener un eficiente funcionamiento del motor, hay que cambiar el enfoque de desarrollo de destinos turísticos actual, semejante al cambio de marca del aceite de motor de un vehículo. Los destinos turísticos actualmente tienen un enfoque de desarrollo turístico de ejecución de estrategias, planificación, inversión económica y de talento humano desde la oferta, en otras palabras desde los ojos y criterio de los elementos directos (servidores y/o empresarios turísticos) e indirectos del turismo (instituciones públicas e industrias conexas), motivados por la interpretación subjetiva de los estudios de mercado de la demanda, por ejemplo; analicemos cómo es que son contratados la mayoría de los empleados de las micro empresas turísticas de un destino turístico, son contratados con base en el criterio de los dueños de los negocios y sus políticas, pueden ser estas entrevistas personales o demostración de la experiencia del aspirante, entre otros. Si fuera el caso de un bar la mesera/o va a ser contratado según el criterio de la dueña/o del bar; imagínense lo contrario, si en vez de contratarlo según los criterios y políticas del dueño/a, se lo contratara según los criterios y políticas de los clientes del bar, puede ser a través de la unión de un grupo de diez clientes regulares (cinco hombres y cinco mujeres) y estos sean los que lo entrevisten y decidan en consenso contratar o no al mesero/a de acuerdo a sus gustos preferencias, necesidades, exigencias y tendencias.

---

En otras palabras los actuales modelos de desarrollo turístico permiten al dueño/a del bar contratar al mesero/a según su criterio y no desde los gustos, preferencias, necesidades, exigencias y tendencias de sus clientes y/o demanda, ya que, en la subjetividad de interpretación de las características antes mencionadas se encuentra el sesgo de los actuales modelos de desarrollo turístico. Con este pequeño ejemplo se explica el enfoque que hay que cambiar en los modelos actuales de desarrollo y funcionamiento del motor de la oferta turística, para no seguir intentando que los turistas o clientes se adapten o moldeen a los criterios y políticas de la oferta, más bien lo ideal sería que la oferta se adapte y moldee a los gustos, preferencias, necesidades, exigencias y tendencias de su demanda turística real y/o potencial.

Es así que desde la jerarquización de atractivos y planificación del espacio turístico de destino, hasta las grandes inversiones económicas (públicas, privadas y comunitarias), estrategias y políticas deben hacerse y ejecutarse con la finalidad de cerrar la brecha existente entre lo que la demanda necesita y solicita, versus los productos y servicios turísticos que la oferta ofrece actualmente, de tal forma que permita a las corrientes turísticas disfrutar a plenitud del destino que ellos desean visitar en base a sus exigencias, necesidades y tendencias y no el destino que los ofertantes turísticos quieren que ellos visiten.

El nuevo enfoque de funcionamiento del motor de la oferta turística debe ser el cumplir a plenitud los gustos, preferencias, necesidades, exigencias y tendencias; insumos resultantes del estudio del nicho ecológico de la demanda turística real y potencial, con un funcionar mecánico que permita a los tres rotores del motor del sistema un funcionamiento efectivo y rentable. Cabe resaltar que no es aconsejable desarrollar un destino turístico sin contar con un órgano rector que lo administre (planeación, organización, dirección y control), teniendo presente que este órgano rector del sistema es el responsable de la investigación y monitoreo continuo del nicho ecológico de la demanda turística, que a su vez transmite continuamente sus gustos, preferencias, necesidades, exigencias y tendencias a los integrantes de los rotores del motor de la oferta turística permitiéndoles adaptarse a estos insumos y ofrecer exactamente lo que la demanda necesita y exige.

La competitividad, innovación turística y tecnológica deben ser en el motor de la oferta, las bandas de distribución que hagan girar los tres rotores (elementos directos, indirectos y atractivos turísticos naturales, culturales y artificiales) del motor para obtener productos turísticos competitivos e innovadores acordes a los gustos, preferencias, necesidades, exigencias y tendencias de su demanda.

---

Los clústeres turísticos deben estar bien atornillados por medio de buenas estrategias conjuntas de comunicación, desarrollo empresarial y mejoramiento de sus servicios, a su vez se recomienda que estos clústeres se encuentren integrados por empresarios y/o emprendimientos turísticos (privados y comunitarios), instituciones públicas e industrias conexas. Además, el combustible y/o bandas que hagan girar los clústeres deben ser los gustos, preferencias, necesidades, exigencias y tendencias de sus demandas turísticas.

Los empresarios y/o emprendimientos turísticos, instituciones públicas e industrias conexas que conformen o no conformen los clústeres de la oferta deben estar todos interconectados entre sí, por medio de un flujo continuo de ida y vuelta de información y comunicación sobre sus experiencias obtenidas en el trabajo de satisfacer a plenitud los gustos, preferencias, necesidades, exigencias y tendencias de sus demandas, sin verse como competencia entre ellos con el objetivo de fortalecerse y ofertar los productos y servicios turísticos exactamente como la demanda turística lo necesita y exige..

El plan de marketing debe ser el contraste entre: el resultado y reflejo de los gustos, preferencias, necesidades, exigencias y tendencias del estudio constante del estado del nicho ecológico de la demanda turística real y potencial; y el resultado de la interpretación de las potencialidades de la atractividad del destino de parte de los planificadores del desarrollo turístico. En otras palabras hay que proporcionar a través de las herramientas del marketing a la demanda turística real y/o potencial lo que ellos quieren escuchar, ver y tener sobre el destino turístico, no lo que la oferta por medio de las interpretaciones multidisciplinares de los planificadores del desarrollo turístico quieran a través de las herramientas del marketing hacerles escuchar, ver y tener sobre el destino turístico, primordial para asegurar el flujo constante de las corrientes turísticas.

La efectividad del funcionamiento del motor de la oferta turística, va a depender del poder de atractividad de los productos turísticos que oferten, estos a su vez serán sostenibles en el tiempo solo si se logra mitigar los impactos (económicos, socioculturales y ambientales) negativos de las corrientes turísticas, por medio del diseño y ejecución de sistemas de manejo del impacto de las corrientes turísticas, que les permita tomar acciones correctivas inmediatas a los administradores de los atractivos (naturales y culturales) en el momento en que ellos detecten que el impacto sobrepasa el límite permisible determinado en el sistema de manejo.

La cultura turística debe ser la acumulación histórica de experiencias del trabajo arduo de satisfacer los gustos, preferencias, necesidades, exigencias y tendencias de sus corrientes turísticas, en continuo contraste con el folklore del nicho ecológico de su demanda turística real y potencial.

Las políticas turísticas internas del sistema serán emitidas por su órgano rector y deben ser aditivos que mejoren y aceleren el funcionamiento de los rotores del motor de la oferta turística, estas políticas deben diseñarse para fortalecer el trabajo de satisfacer los gustos, preferencias, necesidades, exigencias y tendencias de su demanda turística real y potencial por los servidores y/o empresarios turísticos.

La capacitación continua de los servidores y/o empresarios turísticos de parte del órgano rector del sistema turístico, debe ser otro aditivo que fortalezca, mejore y acelere el funcionamiento de los rotores del motor de la oferta, en temas pertinentes y necesarios a la satisfacción de los gustos, preferencias, necesidades, exigencias y tendencias de su demanda turística real y potencial.

Los productos y/o servicios turísticos del sistema (atractivo + facilidades + acebilidad) serán el resultado competitivo e innovador del funcionamiento coordinado y encadenado de los tres rotores del motor de la oferta turística, reflejo del trabajo de la búsqueda continua de satisfacer a plenitud los gustos, preferencias, necesidades, exigencias y tendencias de su demanda turística real y potencial. Estos productos y/o servicios deben ser diseñados y vendidos por el órgano rector del sistema turístico.

Diseñados con un enfoque de desarrollo endógeno con base en los atractivos turísticos (naturales, culturales y artificiales), servidores y/o empresarios turísticos, instituciones (públicas, privadas, comunitarias) e industrias conexas de la oferta turística del sistema.

Los ambientes (económico, político, sociocultural y ambiental) externos al sistema turístico en análisis, serán los encargados de regular la temperatura propicia (microclimas y micro ambientes) para el funcionamiento eficaz y rentable de los rotores del motor de la oferta turística.

### **Desarrollo metodológico de la oferta del sistema turístico**

La oferta turística debe ser flexible, moldeable y adaptable a los gustos, preferencias, necesidades, exigencias y tendencias de su demanda real y potencial. Estos deben convertirse en la base estructural del diseño, creación e innovación de productos y/o servicios turísticos del sistema y responder la pregunta ¿Qué es atractivo para la demanda turística? pregunta fundamental que deben hacerse los planificadores del desarrollo de un destino turístico. Hay que tener presente que no se puede invertir o ejecutar estrategias de desarrollo turístico desde la oferta.

La jerarquización de atractivos y planificación del espacio turístico del destino, deben realizarse desde los ojos (gustos, preferencias, necesidades, exigencias y tendencias) de sus corrientes turísticas y no desde el criterio profesional de los planificadores del desarrollo turístico, porque pueden estos últimos caer en la subjetividad profesional y en la limitación relativa a sus gustos, preferencias, necesidades, exigencias y tendencias y no al de la corriente del sistema turístico en desarrollo, explicando que la subjetividad es “el contrapunto entre contenidos teóricos permanentes y la transitoriedad de los sujetos” (Leff, 2010). Además pueden terminar aplicando modelos de desarrollo turísticos de avanzada no pertinentes a las necesidades, gustos, preferencias, exigencias y tendencias de la demanda del sistema turístico a desarrollar.

La jerarquización y planificación del espacio turístico de destino, debe realizarse con base en la contrastación de estudios piloto de las corrientes turísticas reales in situ, visitando los atractivos, y la interpretación eficiente de sus gustos, preferencias, necesidades, exigencias y tendencias de parte de los planificadores del desarrollo turístico. La sostenibilidad de los atractivos naturales y culturales de un destino turístico, será posible diseñando, ejecutando y monitoreando sistemas conjuntos de manejo del impacto de los visitantes y/o corrientes turísticas.

A continuación se describen los pasos a seguir para operativizar eficientemente el funcionamiento del motor de la oferta turística desde un enfoque sistémico-mecánico de funcionamiento endógeno con base en los gustos, preferencias, necesidades, exigencias y tendencias de la demanda real y potencial del sistema turístico.

- El primer paso nace de la pregunta ¿Cuáles son las características del nicho ecológico de la demanda turística?, en este estudio y análisis de identificación de las características de su demanda (gustos, preferencias, necesidades, exigencias, tendencias y procedencia), debe establecer claramente el nicho de mercado al cual pretende desarrollar. Lo más importante del primer paso radica en no conformarse solo con un estudio de mercado de la corriente turística real en las grandes ciudades tipo centros de distribución turística o en los productos turísticos de destino, si no en contrastar esta información obtenida; versus el resultado del estudio del estado del nicho ecológico de la demanda real y potencial en sus los lugares de residencia.
- El segundo paso es establecer mediante análisis conjunto y multidisciplinario, la brecha existente entre los gustos, preferencias, necesidades, exigencias y tendencias de la demanda turística real y potencial que se ha obtenido en el primer paso; versus la infraestructura, componentes, atractivos jerarquizados, espacio turístico planificado, tipo de servicio e integrantes del motor de la oferta

que tiene actualmente en el destino turístico. Al caracterizar esta brecha se obtendrán los insumos necesarios para diseñar, crear y adaptar el motor de la oferta turística a los gustos, preferencias, necesidades, exigencias y tendencias de su demanda.

- El tercer paso será diseñar, ejecutar y monitorear el plan estratégico de desarrollo turístico mancomunado con base en los insumos obtenidos en el paso 2, que tendrá como objetivo general, realizar inversiones (económico y talento humano), diseñar políticas y estrategias mancomunadas que les permita a los elementos directos, indirectos, y atractivos turísticos (naturales, culturales y artificiales) adaptarse dinámicamente a los gustos, preferencias, necesidades, exigencias y tendencias de su demanda turística real y potencial, cubriendo la brecha antes mencionada de manera óptima, permitiendo a los tres rotores del motor de la oferta turística funcionar con mayor eficacia y rentabilidad.
- El paso final del proceso de desarrollo metodológico de un destino turístico, es la construcción estratégica y planificada del día a día de la cultura turística del destino, con base en los gustos, preferencias, necesidades, exigencias y tendencias de su demanda turística real y potencial, tipo reflejo del accionar y proceder del imaginario colectivo del nicho ecológico de su demanda Turística.

## CONCLUSIONES

El motor de la oferta del sistema turístico está compuesto por tres rotores (elementos directos e indirectos del turismo, y los atractivos naturales, culturales y artificiales del sistema turístico) que giran por medio del movimiento de la banda de distribución (competitividad, innovación turística y tecnológica) generando productos turísticos competitivos e innovadores.

La política turística interna y la capacitación continua, aplicada e impartida a los servidores y/o empresarios turísticos de la oferta del sistema, son los aditivos que permitirán que los rotores del motor de la oferta giren a mayor velocidad y efectividad en su trabajo de satisfacer a plenitud los gustos, preferencias, necesidades, exigencias y tendencias de la demanda turística real y potencial.

Los gustos, preferencias, necesidades, exigencias y tendencias de la demanda real y potencial del sistema turístico en análisis, serán la luz y guía del nuevo enfoque de desarrollo de destinos turísticos. Enfoque que dará sostenibilidad a todo el proceso de funcionamiento de los rotores del motor de la oferta del sistema turístico, siendo la rentabilidad de los servidores y/o empresarios turísticos

---

relativos a la velocidad con la que giren los tres rotores del motor de la oferta del sistema turístico.

La sostenibilidad de la atraktividad del destino y/o sistema turístico será el resultado del diseño, ejecución y monitoreo de uno o más sistemas de manejo del impacto de visitantes in situ (atractivos naturales y culturales), que les permita a los administradores de los atractivos mitigar los impactos económicos, socioculturales y ambientales negativos producidos por las corrientes turísticas del sistema.

## **BIBLIOGRAFÍA**

- Abarca, M. A. (2017). Propuesta de un modelo alternativo de funcionamiento del sistema turístico. *European Scientific Journal* , 355.
- Boullón, R. C. (2006). *Planificación del Espacio Turístico*. México: Trillas.
- Carabias, J., & Meave, V. C.-S. (2009). *Ecología y Medio Ambiente en el siglo XXI*. Mexico: Pearson Edicación.
- Leff, E. E. (2010). Sujeto, subjetividad, identidad y sustentabilidad. *Revista de la Universidad Bolivariana* , 12.
- OMT. (2016). *Panorama OMT del turismo internacional*. España: OMT.
- Porter, M. E. (2003). *Ser Competitivo Nuevas aportaciones y conclusiones*. Barcelona-España: Deusto.
- Saldoval, K. P. (2010). Modelo experimental de un motor unipolar. *Fac. Ing. Univ. Antioquia* , 173.
- Salinas, C. E. (2009). Los productos turísticos, pilares de lacomercialización. Dos ejemplos del centro histórico de la Habana, Cuba. *Estudios y perspectivas en turismo* , 1851- 1732.
- UNWTO. (2016). *UNWTO Tourism Highlights 2015*. Publicaciones OMT.

## **RUINAS DE LA MODERNIDAD COMO TURISMO Y PATRIMONIO DE LA CONTRACULTURA URBANA.**

**Dr. Gerardo Vázquez Rodríguez**

Doctor en Arte por la Universidad Autónoma de Barcelona.  
Profesor-Investigador Universidad Autónoma de Nuevo León.  
Facultad de Arquitectura.

### **Resumen**

El panorama social del mundo a partir de la segunda mitad del siglo xx trajo consigo el rompimiento de paradigmas y creencias que se sustentaban bajo el proyecto de la modernidad y la revolución industrial. Europa fue la primera en evidenciar el decaimiento del proyecto moderno, la ruina aparece con la decadencia del modelo industrial y esto dará inicio a nuevos movimientos sociales que tratarán de adaptarse por medio de establecer una encontrada forma de ver e instrumentalizar la nueva realidad. Estos tiempos de cambio serian el escenario de la contracultura, esta pauta contracultural tiene como iconografía principal lo urbano e industrial en decadencia. Contemporáneamente el llamado turismo cultural ha subrayado la evidencia de la contracultura como huella de un acontecer histórico, principalmente en Europa aparecen cada vez más evidencias del fenómeno. El presente artículo intenta explorar los procesos bajos los que se da este acontecer de nuestros tiempos.

**Palabras Claves:** Turismo Cultural, Patrimonio, Contracultura, Modernidad, Contemporáneo, Ruinas.

## **RUINS OF MODERNITY AS TOURISM AND HERITAGE OF URBAN COUNTERCULTURE.**

**Dr. Gerardo Vázquez Rodríguez**

Doctor en Arte por la Universidad Autónoma de Barcelona.  
Profesor-Investigador Universidad Autónoma de Nuevo León.  
Facultad de Arquitectura.

### **Abstract**

The social panorama of the world from the second half of the twentieth century brought with it the breaking of paradigms and beliefs that underpinned the project of modernity and the industrial revolution. Europe was the first to demonstrate the decay of the modern project, ruin appears with the decline of the industrial model and this will initiate new social movements that will try to adapt by establishing a found way to see and instrumentalize the new reality. These times of change would be the scenario of the counterculture, this countercultural pattern has as its main iconography the urban and industrial decline. At the same time, the so-called cultural tourism has emphasized the evidence of the counterculture as the mark of a historical event, especially in Europe, there is increasing evidence of the phenomenon. The present article tries to explore the low processes that this happening of our times gives.

**Keywords:** Cultural Tourism, Heritage, Counterculture, Modernity, Contemporary, Ruins

## **I.- A modo de introducción**

En las primeras décadas del siglo XXI se presenta un fenómeno de movilidad apostillado como “turismo cultural”, el cual consiste en vincular el destino turístico con sus atractivos patrimoniales, incluyendo con mayor énfasis el rubro cultural como punto de atracción. Lo anterior deriva en una diferenciación – muy escueta- que determinan al “nuevo turismo” caracterizado por el aliciente cultural y se destaca por revalorizar el patrimonio histórico del lugar; en contrapartida se ubica el “viejo turismo”, el cual es una expresión de la sociedad de masas y entre sus factores de enunciación se ubican los destinos semi artificiales y dotados de elementos recurrentes.

En el orden de esta breve disertación, el quid versará entorno al “turismo cultural”, con mayor señalamiento en las expresiones contraculturales que se han acoplado a la dinámica turística. Es así que contemporáneamente entre las expresiones que desglosan un sentido para clarificar el concepto de “turismo cultural” se localiza la noción de “Heritage tourism” que se vincula a un propósito de resaltar el legado cultural e histórico del lugar o patrimonio de un sitio, más allá de los museos y los sitios de recreación la ciudad es acondicionada para ser recorrida con fines turísticos patrimoniales, donde se logra destacar una narrativa atractiva y seductora que crea la atmósfera de confidencialidad y apropiación de un lugar específico.

Los elementos de identidad que prevalecen en el “turismo cultural” no sólo remiten a la apropiación del patrimonio histórico, así como de su relación artística pues además genera un acoplamiento de las narrativas de la cultura popular, de sus creaciones alejadas de la academia, de los movimientos sociales y sus propuestas estilísticas (y por lo tanto propuestas éticas). (Generalitat de Catalunya-ICMEC, 1996). Se atribuye así una relación con la cultura como un producto que manufacturan las entidades de la administración pública para el consumo del “turista cultural”. Aunque posiblemente en este rasgo de producción de “mercancías culturales” no se limite a los actores gubernamentales sino es una dinámica que convoca a los propios ciudadanos para lograr anclar su lugar en el reconstruido mapa del turismo cultural.

## **II.- Metodología**

Para aclarar algunas cuestiones entorno a los términos cultura y contracultura se retomarán los elementos fundamentales que permiten una definición puntual. Así mismo, para tratar de evitar la incorporación de los minuciosos debates entorno a la cultura se considerará el uso del vocablo desde una simplificación pragmática que facilite su modo operativo. Si bien el concepto cultura se relaciona como noción cardinal de valores, reglas,

percepciones, estilos, actitudes que el individuo expresa conforme sus peculiaridades y particularidades.

Entorno a ese juicio de la cultura como construcción de identidades se desprende su antítesis, es decir, si bien la cultura logra abarcar un espectro amplio del quehacer del individuo conforme a los distintos grupos sociales, bajo la línea de la dialéctica es posible argumentar la condición de un contrario, por lo tanto, si es concebida la idea de una cultura así mismo emana la noción de la contracultura. La cultura contiene un aspecto hegemónico, normativizado por reglas establecidas desde un grupo de poder, en consecuencia la idea de contracultura deriva en la contraposición de los elementos hegemónicos que rigen la cultura desde una concepción antagonista y contraria.

La contracultura es una expresión que –al igual que la cultura- genera propuestas de cohesión, rasgos de identidad, representaciones a través de signos y símbolos. Aunque si este criterio se dispone a un seguimiento a la línea posiblemente la contracultura sea un derivado de la cultura, que presenta y evidencia las contradicciones de la estructura social. La (contra)cultura se estratifica por medio de códigos, variaciones del lenguaje, cánones éticos y estéticos que conforman un proceso identitario a razón de cohesionar al grupo social. Por lo tanto, la cultura comprende, acopla, congrega las propuestas contraculturales a modo de someterla y depurarle las narrativas radicales, este acto de dominación puede ser en ocasiones un simple guiño seductor del poder, y en otras oportunidades bajo el recurso de la represión con el mismo objetivo de remover la consigna contra hegemónica y rehabilitarla al modo del discurso cultural homogéneo.

El turismo cultural se enmarca en una serie de estrategias de movilización, quizá hay ciudades que gocen de una cierta referencia indiscutible como punto de acción para el turista, cuestiones tales como ser la capital de una nación, por contar con atractivos turísticos que son regidos por ciertas temporadas, (por ejemplo en verano y destinos como playas y cruceros), algunas por sus recursos naturales (como montañas, bosques, entre otros), por sus vestigios y monumentos históricos; pero la tendencia emergente señala los puntos limítrofes de las megalópolis, no sólo en sentido del espacio físico sino de su proyección cultural mediante expresiones coyunturales que prevalecen como insignias del lugar.

La ciudad como ingrediente de lo cotidiano no es sino un elemento simbólico. La gran ciudad mitológica, divinizada e imbatible es ya un recuerdo, un afiche. “Toda ciudad está construida, hecha para nosotros un poco según la imagen del navío Argo, cada una de cuyas pieza no era una pieza original, pero que seguía siendo siempre el navío Argo, es decir, un conjunto de significaciones fácilmente legibles o identificables (Barthes, 2009: 349).

Mediante la interacción de representaciones, imágenes, recuerdos, se descubren y describen “argumentos de identidad, hitos (objeto, hechos, personajes) que restablecen la memoria colectiva de las sociedades que las produjeron.” (Vázquez y Soto, 2009: 19)

Esta discusión entorno al turismo y sus variaciones se esboza en una disertación que sirve, - para nuestros propósitos a modo de preámbulo,- para describir y categorizar la problemática desde la pluma del antropólogo Marc Augé en su obra “El viaje imposible”, en el cual destaca:

(...) la forma de la ciudad con las formas de lo imaginario individual y colectivo y evocaré sucesivamente la ciudad-memoria (la ciudad en la que se sitúan tanto los rastros de la gran historia colectiva como los millares de historias individuales), la ciudad-encuentro, a saber, la ciudad en la que hombres o mujeres pueden encontrarse o esperan encontrarse, pero también la ciudad que uno encuentra, que uno descubre y que uno aprende a conocer como a una persona; y por fin, la ciudad-ficción, la ciudad que amenaza con hacer desaparecer a las dos primeras, la ciudad planetaria que se asemeja a otras ciudades planetarias, la ciudad de imágenes y pantallas en las que la mirada se enloquece (...), o también aquella que trata de tomar forma, virtualidad, siempre inacabada en las periferias de la ciudad antigua. (Augé, 1998: 112)

Las sociedades de consumo han desterrado, en gran medida, la configuración de la ciudad moderna, se conservan vestigios, se acumulan estilos, se pasa por el sincretismo pero la esencia se diluye y el rescate del molde original parece una más de las formas identitarias que cubren la amalgama de discursos posmodernos sobre el cariz de la modernidad. La planeación urbana en estas nuevas “formas de hacer ciudad” gestiona la desacralización del patrimonio histórico para añadirlo a los elementos turísticos que eventualmente pueden motivar el arribo de más viajeros – de esta oleada del “nuevo turismo”- en busca de la experiencia, es por esto último que la administración de los espacios de la ciudad se diseñan entorno una narrativa de la “experiencia irreplicable”.

El rasgo de la experiencia es un factor crucial para determinar el “turismo cultural”, se vincula al aprendizaje, a la rememoración de la vivencia, sobre la historia no escrita en letras de oro, sobre las iniciativas más insólitas que han sido acalladas por un discurso hegemónico. El punto contradictorio se ubica en este mismo nudo de la narración, pues, aquello que se describe como único, como autentico que emana de propuestas reivindicativas, muchas de ellas con tintes contraculturales, se reconfiguraran para incorporarse a los atractivos turísticos y convertirse en una seña, en una marca particular de la región que será así mismo su publicidad.

---

### III.- Resultados

Si bien, bajo la lógica del “nuevo turismo” la cultura es una mercancía más que se ofrece al mercado, será posible que esto mismo suceda con la contracultura. Según algunos acercamientos al objeto de estudio las afirmaciones son indiscutibles. La cultura se torna como un elemento de valor de cambio, se tratan de incorporar viejas narrativas contraculturales debilitando su poder contestatario y adoptando su estilo como parte del inmobiliario de la ciudad. “El estilo en la subcultura viene, pues, cargado de significación. Sus transformaciones van «contra natura», interrumpiendo el proceso de «normalización». Como tales, son gestos, movimientos hacia un discurso que ofenda a la «mayoría silenciosa», que ponga en jaque el principio de unidad y cohesión, que contradiga el mito del consenso” (Hebdige, 2004: 34).

Para que se logre combinar de manera armónica el discurso y estilo contracultural al proyecto de la ciudad y sus atractivos turísticos se pulen ciertas aristas que históricamente han resultado incómodas e incompatibles con el poder hegemónico. Bajo ese traslape narrativo donde la contracultura se apoya en el mito, se vende como un afiche, se mercan los productos de la cultura como otra mercancía más en el sistema capitalista. Con el envoltorio de “contracultural” se dictan propagandas que más allá de su esencia contestataria se diluye en una lección educativa o en una historia recreativa enmarcada en el sumario turístico.

Este formato de “turismo cultural” muestra extremos perversos, donde un campo de guerra, de exterminio logra ser transformado en un parque temático, que incluye su inexorable souvenir, así también se dota de la simulación donde una región puede emular otras épocas y recobrar la experiencia de las formas de vida pasadas. Todo con fines más ligados a lo lucrativo que a lo educativo. Al parecer cuenta con un grupo social específico como nicho de mercado, este grupo es sino los jóvenes, que lejos de apropiarse de los ideales de los movimientos buscan la experiencia como modo de asimilación, es una experiencia controlada que cumple las expectativas de un tour, de un paseo turístico. “La evolución de la cultura juvenil debiera verse como una simple parte de este proceso de polarización. Específicamente, podemos citar el incremento relativo en el poder adquisitivo de la juventud de clase trabajadora, la creación de un mercado diseñado para absorber el excedente resultante.” (Hebdige, 2004: 105) Para clasificar la noción de juventud se han ampliado los márgenes de los rangos de edad, pero la referencia es que al referir a la juventud en nuestros días la atención se dirige hacia la nueva generación denominada “millennials”, la generación “Y”, es la que consume estos productos de la nostalgia que sin duda el turismo cultural ha logrado colocar como parte de los productos de mayor prestigio.

El supuesto del “turismo cultural” con vínculo contracultural descarga el alto voltaje simbólico que presentan ciertos espacios y movimientos sociales, utiliza a modo la sustancia radical que le da sentido a la expresión contestataria, pero con un nuevo matiz del código cultural que se traduce en un espacio apropiado para recreación. El turismo cultural ofrece el plus de la experiencia y la sensación de ser parte de un movimiento contracultural de resistencia.

Entre otros factores el “turismo contracultural” se ha apropiado de las ruinas de los movimientos, da un aire fresco a propuestas que en un principio circulaban fuera de la ley, lo convierte en símbolos, los revierte en referentes para el turista. Se valoriza el pasado desde una narrativa plana, sin antagonismo, como si fuera una situación que ha logrado llegar a un punto de equilibrio, la ciudad -por medio de sus administradores, políticos y la iniciativa privada- transforma el patrimonio cultural en una marca, es ahora un logo sublimado de la ciudad, recuperando espacios donde se vivieron batallas ideológicas para coronar la derrota de los contrarios. Este proceso de convertir toda la ciudad en una marca, de trocar su historia de luchas por el espacio político y simbólico para distorsionarlo al grado de mutarlo en un “parque temático” donde todos los habitantes resultan ser parte de la decoración.

Algunos espacios son apropiados por su fuerte carga histórica, por sus narrativas de ser una región que se disputa el derecho de ser diferente frente a la oleada de la globalización. El turismo contracultural contempla ese gesto de “autenticidad”, aunque pueda ser un lugar cercano al “turismo de masas”, lo promueve como contrario a los lugares de atracción de las ciudades globalizadas, esas ciudades que parecen ser calco y copia y que se reproducen en todo el planeta, pero, las vetas de la contracultura son también devoradas por una más de la cabeza de la hidra que se apropia de todo para convertirlo en mercancía. Lugares “sagrados” se desvirtúan de su función principal y se convierten en un “paseo dominical”, la nostalgia es ahora un punto clave para ofrecer un mejor producto cultural al turismo.

La narrativa de este travesía de sedición se remonta a la década de los ochenta del siglo XX; un mar de historias que se esconden en la inmensidad. Es el tiempo de las rupturas, de la escisión entre la utopía y los proyectos de nación. El tiempo de las decadencias se aproximaba, los grandes bloques económicos destinaban sus esfuerzos en una carrera armamentística que destellaba a una gran crisis. El bloque socialista ante sus inexorables virajes y golpes de mano, se dirige hacia el camino de la autodestrucción. El mundo mutilado resulta un archipiélago donde las grandes potencias buscan salvarse a pesar de los pesares. Así, el bando capitalista, de los países con mayores desarrollos de sus fuerzas productivas desenmascara sus propias contradicciones lo cual es la antesala de la recesión, el modelo se ha quebrado. Ante esas piezas sueltas se reconstruyen

---

las identidades, sobre esas grietas se amalgama el sentido de una composición que resana los modos de vida entre la altivez de la nostalgia.

El sistema capitalista británico consiguió una bocanada de aire fresco a costa de depurar los privilegios de una clase media que habría de estancarse en la rutina, y desplazando a la clase trabajadora con medidas de corte económico que los arrojaban al despojo, sus condiciones de trabajo y de vida se asemejaban a las de un siglo atrás. De la mano de “La dama de hierro”, los grandes sindicatos y las viejas reivindicaciones de la clase obrera británica se desplomaban, los gremios con mayor fuerza, envilecidos por la burocracia entregaban las trincheras para reconocer la victoria del modelo neoliberal.

La clase obrera quedaba a la deriva, cientos de familias fueron desterradas de sus viviendas, las zonas fabriles se convirtieron en ciudades fantasma, los mares donde había sido derribada “la armada invencible” ahora era la ruta de escape para los “desarrapados” que tanto velaba Engels con su prosa romántica. Otra salida fue hacia el interior; las familias tomaban las fábricas, no para volver a poner en marcha la producción sino para habitarlas, para formar un hogar, un refugio, una cueva para proteger de los nuevos depredadores neoliberales.

Se reaviva la tradición de ocupar viviendas abandonadas, viejos talleres, centro laborales cerrados por motivos de la guerra económica. Los viejos anaqueles donde se apilaban herramientas, son ocupados por utensilios de cocina; los extensos patios donde se embarcaban las mercancías se transforman en el área colectiva de juego de los infantes; las centenarias estructuras de la modernidad que recubren la gala de la industrialización son ahora una humilde vivienda de familias que sobreviven en la pesadilla del neoliberalismo.

En distintas partes del mundo y principalmente en toda Europa se presenta este movimiento social de la “ocupación” que denuncia la especulación inmobiliaria, la precarización del modo de vida, la ausencia de espacios dignos en la ciudad y el reclamo del derecho a la vivienda. Un elemento ha destacar entorno a la contracultura como acción emergente y respuesta a la coyuntura se da en el territorio británico donde se exponen matices de una ruptura con los símbolos locales.

Por otro lado, sin embargo, se basaba en una negación del lugar. Surgía en anónimos bloques de viviendas subvencionadas, en ignotas colas de parados, quintaesencia del barrio bajo. Era vacía, inexpresiva, desarraigada. En ello la subcultura punk se distingue de los estilos antillanos que fueron sus modelos básicos. Mientras que los jóvenes negros de ciudad podían catapultarse, mediante el reggae, hacia un inalcanzable e imaginario «más allá» (África, las Antillas), los punks vivían sujetos al tiempo presente.

---

Estaban encadenados a una Gran Bretaña sin expectativas de futuro. (Hebdige, 2004: 93)

Esa extrañeza de un movimiento contracultural que adopta la ruptura como expresión, que desacraliza la simbología de la modernidad, que antes de negar a otros se niega a sí mismo, convierte su espacio y tiempo en una anti-utopía, el problema no es que como la «utopía» el lugar no exista, sino que su espacio es «ningún lugar». “Como el Dadá de André Breton, el punk parecía «abrir todas las puertas», pero esas puertas «daban a un corredor circular» (Breton, 1937). (Hebdige, 2004: 93) El movimiento contracultural del punk asimila la ocupación como una de sus dinámicas y acciones de identidad, la rebeldía de construir castillos de arena que se erigen sobre las ruinas de los viejos monumentos de gloria de la industrialización.

La ocupación de viejas fábricas, viviendas en los suburbios industriales es un movimiento motivado a partir del vocablo inglés de “squat”. Esto en la relación con el castellano deviene en el término de “ocupación” el cual deriva en una transgresión ortográfica y economizado con el apócope de “okupa”. El movimiento Okupa es una expresión de respuesta, de defensa y apropiación del espacio. La esencia de los “okupa” es un reflejo de la unión de fuerza en una lucha contra el avance de la maquinaria de destrucción capitalista, de la ruta marcada por sus cuatro ruedas: el despojo, la represión, el desprecio, la explotación; para el okupante el espacio es de quien lo habita.

El movimiento okupa es una resolución que dimana en una especie de exilio, un exilio dentro de las mismas ciudades, si bien las guerras y las dictaduras habrían de forzar la migración de los disidentes, esta nueva fase de la refriega del capital clausuraba las fronteras, pues, en un mundo globalizado las condiciones de miseria se habían homologado en gran parte del mundo. La respuesta estaba en la tierra, en las mismas coordenadas donde se habían sembrado las derrotas, donde se habrían de firmar los pactos para demoler la historia y construir un moderno centro comercial.

En 1961 la Internacional Situacionista pronunció una profecía sobre aquellos que construyen ruinas: después de los planificadores urbanísticos vendrán los últimos trogloditas de los suburbios y los guetos. Ellos sí sabrán construir (Marcus, 1993: 37).

#### **IV.- Conclusiones**

A modo de revisión de las ideas anteriores, la conexión entre las expresiones contraculturales y el turismo tensa su origen en un fundamento complejo, donde confluyen tanto la intención de preservar los espacios como una insignia de las luchas pasadas, mientras su otro rostro es la conversión en un tour de alta demanda turística, al quitar

todo elemento contestatario existente. Es decir, el discurso de la contracultura es domesticado por las autoridades, se les reconoce como espacio de expresiones alternas a las hegemónicas, pero, se anexan a la dinámica del mercado, donde son tratados como una mercancía más que a la postre se convertirá en un souvenir para el turista.

Esta misma suerte lleva la corriente contracultural del punk, y en específico las acciones de la ocupación, es decir el movimiento okupa. Los okupas, que durante cerca de cuatro décadas, han brotado como una expresión de rebeldía contra las imposiciones de las autoridades para planificar las ciudades, y como denuncia ante la falta de oportunidades para obtener una vivienda digna. Vale recordar que si bien en el resurgir de los últimos años del movimiento okupa se vincula con mayor fuerza a tendencias de colectivizar los espacios y conformar puntos de referencia para la organización de los diferentes grupos que constituyen la pluralidad de tendencias políticas y sus demandas puntuales. Al parecer la apertura del movimiento okupa permitió que la multiplicidad de las demandas sociales formaran un discurso más incluyente y atractivo con lo cual se presentó un notable apoyo de la sociedad civil.

Pero, justo en esa misma condición de apertura e inclusión, la enunciación de las demandas fueron incorporadas a los esquemas de las plataformas políticas con fines electorales las cuales en su accionar tratan de acoplar las denuncias como si fueran partidarios del movimiento pero, por otro lado ejercen presión para que se cumplan las leyes y recrudecen las acciones represivas contra los renegados y transgresores del sistema.

El movimiento okupa al menos en Europa se caracteriza por contar con una fuerza de respaldo de los grupos autogestivos, ajenos a las instituciones, su fuerza es también una acumulación de vitalidad que dota la juventud. A pesar de contar con la tradición y reivindicar las luchas históricas, al parecer la narración que da significado al movimiento okupa es una mezcla que emana de la lógica de la globalización donde confluyen símbolos diversos, donde se enlazan resistencias diversas, se vuelve parte del paisaje común de las resistencia la iconografía de la rebeldía, donde jóvenes añaden a sus atavios paliacates rojos en alusión a las luchas agrarias, diversas mercancía acompañadas por el culto al santo laico del “Che” Guevara, así entre la frontera de la mitificación y la reivindicación política los espacios de resistencia recomponen su identidad.

La paradoja deja de ser tal ante el hecho que el sistema no lucha frontalmente para derrocar a la expresiones contraculturales, sino que busca la manera de agenciar su desarrollo para dar la estocada final y apropiarse de su producción simbólica. “En un primer momento al sistema le basta con asimilar la resistencia mediante la apropiación de sus símbolos, la eliminación de su contenido «revolucionario» y la comercialización

del producto resultante.” (Heath y Potter, 2005: 46) No es que automáticamente vacíe el contenido del discurso contracultural sino que lo moldea de tal forma que lejos de volverse incomodo para el sistema es uno más de sus expresiones.

A manera de dar ejemplos que ilustren la contracultura en el turismo actual señalamos el ejemplo de La Kasa de la Muntanya en la ciudad de Barcelona, España, está construcción servía como un antiguo cuartel de la Guardia Civil que había sido edificado por la familia catalana Güell para dar seguridad al parque del mismo nombre y que fue diseñado por Antonio Gaudí. La institución armada abandona la edificación en 1983 y la propiedad pasó a manos del ministerio de interior y después al ministerio de hacienda, permaneció seis años sin que el Gobierno le diese uso hasta que en 1989 un grupo de activistas decidió okuparlo para acabar convirtiéndolo en un referente del movimiento antisistema barcelonés.

Desde Noviembre del 2016 el ayuntamiento de Barcelona promociona su ruta turística-histórica "Iconos de Gràcia" en la que se destaca el edificio okupado de la "Kasa de la Muntanya" como icono del distrito y en la que figuran 18 puntos de interés para visitar en un recorrido entre la Sagrada Familia y el Parc Güell.(Guil J. 2016) Así un histórico templo del movimiento okupa barcelonés que pertenece al ministerio de hacienda y lleva tomado ilegalmente desde 1989 se convierte en iconografía del turismo contemporáneo.

Camden Town es reconocido en Londres como el barrio punk emblemático, este sitio emplazado al norte de la ciudad desde sus orígenes en el siglo XVII fue habitado por migrantes irlandeses, asiáticos y artistas; es distinguido por su famoso mercado Camden Town Market, lugar que alberga a cualquier cantidad de tribus urbanas de contracultura. Los inicios del mercadillo son alrededor de 1974, cuando unos hippies de la zona comenzaron a montar puestos en los que vendían su artesanía y ropa usada; los hippies londinenses fueron precursores de las primeras ocupaciones de ruinas de la modernidad temprana y espacios en desuso dentro de esta capital, en mucho el movimiento de ocupación punk de Londres fue una replica de las primeras comunas hippies de la ciudad.

El impacto de este mercado de contracultura es tan grande que cada fin de semana alberga más de 100.000 personas y representa una icono turístico promocionado por paginas oficiales de la capital británica, durante el día la zona está saturada de turistas y es una visita obligada, pero durante la noche se convierte en una zona poco recomendada para el público en general. ( Londres.es-Camden Town 2016)

Tras la caída del Muro de Berlín la Casa Okupa Tacheles ubicada en un edificio en ruinas del este de Berlín, fue el centro cultural alternativo más famoso de esta ciudad Germana,

desde finales de los años ochentas hasta entrada la primera década del siglo XXI ésta ocupación antisistema se erigió como un icono de contracultura. Muchos artistas ocuparon los edificios que habían quedado vacíos debido a la migración del este hacia el oeste y los ciudadanos creyeron que era una buena idea que alguien diera un uso a los edificios en vez de dejarlos derrumbarse. Tacheles se volvió un lugar emblemáticos de Berlín y su visita turística era imprescindible hasta su reciente cierre. Actualmente este edificio esta transformado en un hotel que trata de recrear la atmosfera de contracultura impuesta por su uso común durante más de treinta años (disfrutaberlin.com 2016).

El barrio Okupa danés Christianshavn se encuentra en la Ciudad de Copenhague, Dinamarca, de origen era un antiguo sector militar pero en 1971 el ejército abandonó el cuartel y los okupas lo eligieron como lugar donde instalarse y hacer de esas veintidós hectáreas un espacio alternativo donde desarrollar una forma de vida diferente y contrario a la cultura del resto de la ciudad. La adecuación del antiguo centro militar al barrio libertario partió de una premisa básica: la creatividad. De este modo crearon talleres, tiendas, escuelas y guarderías, negocios colectivos, programas de reciclaje, anticuarios, locales para conciertos, grupos de teatro y un sinfín de espacios más basados todos en sus premisas de amor y paz. Actualmente este barrio es un lugar de vivienda okupa y residencial donde se suscitan gran cantidad de turistas que lejos de buscar un sitio espectacular esperan encontrar vestigios del significado y del simbolismo que esta barrio tuvo para la historia del país. El gobierno danés estuvo de acuerdo con esta comunidad aunque dio sólo tres años para lo que los políticos consideraron una experiencia social a corto plazo. Cuando finalizo este plazo comenzaron los enfrentamientos entre el gobierno y los okupas produciéndose durante décadas juicios, presiones, manifestaciones y números actos en contra llegando incluso a ocupar la radio danesa en 1973. Tanto los medios impresos y digitales están repletos de informaciones que ilustran la larga historia de este sueño ocupa cargado de momentos de esplendor y de oscuridad (visitdenmark.es).

Situado en el norte de la Ciudad de México se encuentra el Museo Universitario del Chopo, propiedad de la UNAM, monumental edificio Art Nouveau que fue construido hace más de 100 años en Alemania y trasladado a México en 1903, inicialmente funciona como Museo de Historia Natural pero el antiguo edificio a partir de 1975 se convierte en un incansable centro promotor y difusor de la cultura universitaria y de las más variadas expresiones del arte actual en todas su manifestaciones, en Octubre de 1980 se crea alrededor del Museo del Chopo, el “Tianguis del Chopo” mercadillo de contracultura que inicialmente se instalaría solo por un mes pero que debido a la cantidad de personas que logra reunir todos los sábados se ha consolidado a lo largo de los años como un punto icónico de la cultura antisistema, abundantes tribus urbanas coexisten en este lugar intercambiando y mercadeando libros, música, arte, ropa y cultura

en general. Es común encontrar tanto al Museo como al Tianguis del Chopo en páginas que los denotan como punto turístico para personas interesadas en encontrar los vestigios más sobresalientes de la contracultura mexicana. (<https://www.maspormas.com/2016/03/02/tianguis-del-chopo/>)

### Referencias bibliográficas

Augé, M. (1998) El viaje imposible. El turismo y sus imágenes. Barcelona, Editorial Gedisa.

Barthes, R. (2009) La aventura semiológica. Barcelona; Paidós.

Camden Town. Londres. Es : <https://www.londres.es/camden-town>

Generalitat de Catalunya-Institut Català de la Mediterrània d'Estudis i Cooperació (1996). Fòrum civil Euromed (1995: Barcelona). Cap a un nou escenari d'associació. Barcelona.

Guil, J. (21 de Noviembre de 2016). Colau incluye una casa okupa en una guía turística de Barcelona. ABC Cataluña. Recuperado de [http://www.abc.es/espana/catalunya/politica/abci-colau-incluye-casa-okupa-guia-turistica-barcelona-201611210748\\_noticia.html](http://www.abc.es/espana/catalunya/politica/abci-colau-incluye-casa-okupa-guia-turistica-barcelona-201611210748_noticia.html)

Heath, J. y Potter, A. (2005) Rebelarse vende. El negocio de la contracultura. Bogotá, Editorial Taurus.

Hebdige, D. (2004) Subcultura. El significado del estilo. Barcelona, Paidós

Marcus, Greil. (1993) Rastros de Carmín. Una historia secreta del siglo XX. Barcelona : Editorial Anagrama

Tianguis del Chopo: <https://www.maspormas.com/2016/03/02/tianguis-del-chopo/>

Tacheles Berlín <https://www.disfrutaberlin.com/tacheles>

Vázquez R, G. y Soto C, K. (2009) Hacia una aproximación del imaginario de la ciudad de Monterrey en el albor del siglo XXI. En Narvárez, B. (Ed.) AEDIFICARE 2009, (págs. 17 34). Monterrey; UANL.

Visitdenmark.es <http://www.visitdenmark.es/es/copenhague/atracciones/christiania>

## **IDENTIFICACIÓN ESPACIALMENTE EXPLÍCITA DE LAS ZONAS DE PROBLEMÁTICAS Y DE APTITUD PARA EL DESARROLLO DEL TURISMO DE BASE COMUNITARIA EN LA COMUNA DE PANGUIPULLI - SUR DE CHILE**

### **Amelia Miranda Fica**

Administradora de Empresas de Turismo de la Universidad Austral de Chile  
Magíster Manejo de Recursos Naturales de la Universidad de la Frontera, Chile.

### **Guillermo Pacheco Habert**

Administrador de Empresas de Turismo de la Universidad Austral de Chile,  
Magíster en Ciencias Sociales, CEDER Universidad de Los Lagos, Chile.  
Doctorando en Ciencias Sociales en Estudios Territoriales,  
Universidad de Los Lagos. Investigador  
NIAP - CEAM UACH.

### **Raul Orrego Verdugo**

Ingeniero en Recursos Naturales, Universidad de Chile.  
Doctor en Recursos Naturales, Universidad de la Frontera.

### **Resumen**

Se realizó una investigación de carácter exploratoria que recopila información primaria y secundaria, capas de información geográfica, aplicación de softwares Idrisi y ArcGis, que permitan realizar un Análisis estadístico y de datos geográficos de Multicriterios aplicados al Turismo de Base Comunitaria (TBC), en la comuna de Panguipulli, XIV Región de Los Ríos - Chile, para de ésta forma exhibir explícitamente las problemáticas que afectan la implementación de este tipo de turismo en diferentes áreas. Se generaron mapas temáticos que exponen las limitantes de carácter económico, organizacional y falta de infraestructura en base al levantamiento de encuestas realizadas a tres tipos de actores que intervienen en su implementación, comunidad local, panel de expertos y gestores gubernamentales, quienes aplicaron pesos según sus percepciones a la problemática mediante la matriz de Saaty.

**Palabras clave:** TBC, Análisis Multicriterio, Matriz de Saaty.

## **SPATIALLY EXPLICIT METOD FOR IDENTIFICATION OF AREAS OF PROBLEMS AND APTITUDES FOR THE DEVELO- PMENT OF COMMUNITY BASED TOURISM IN THE PANGUI- PULLI COMMUNE, SOUTHERN CHILE**

### **Amelia Miranda Fica**

Administradora de Empresas de Turismo de la Universidad Austral de Chile,  
Magister Manejo de Recursos Naturales de la Universidad de la Frontera.

### **Guillermo Pacheco Habert**

Administrador de Empresas de Turismo de la Universidad Austral de Chile,  
Magíster en Ciencias Sociales, CEDER Universidad de Los Lagos,  
Doctorando en Ciencias Sociales en Estudios Territoriales,  
Universidad de Los Lagos, Chile. Investigador  
NIAP - CEAM UACH.

### **Raul Orrego Verdugo**

Ingeniero en Recursos Naturales, Universidad de Chile.  
Doctor en Recursos Naturales, Universidad de la Frontera.

### **Abstract**

An exploratory research was done that collects primary and secondary information, layers of geographic information, application of Idrisi and ArcGis softwares, that allow to perform a statistical analysis and geographical data of Multicriteria applied to Community Based Tourism (CBT), in the Panguipulli comuna, "Region de Los Ríos - Chile", in order to exhibit explicitly the problems that affect the implementation of this type of tourism in different areas. Some thematic maps were generated that expose the limitations of economic and organizational factors and lack of infrastructure, based on the surveys applied to three types of actors involved in its implementation, the local community, panel of experts and government managers, who applied relative weights according to their perceptions to the problematics through Saaty's matrix.

**Keyword:** CBT, Multicriteria Analysis, Saaty's matrix.

---

El Turismo de Base Comunitaria (TBC) tiene la particularidad de atenuar los impactos negativos producido por el turismo masivo puesto que se enfoca en tres conceptos claves a) comunidad b) convivenciabilidad y c) cotidianidad los cuales presentan una alta tendencia social y humana puesto que su enfoque de desarrollo está en fomentar la organización, la cohesión colectiva de las comunidades que lo ejecutan y puesta en valor de las tradiciones locales que existen en las localidades particulares donde se adopta, desvinculándose de la filosofía neoliberal que promueve el turismo tradicional y masivo. .

Debido a lo anterior es que este tipo de turismo es considerado por algunos autores como una alternativa de generación de recursos locales paralela al sistema económico neoliberal predominante a nivel mundial que visibiliza estilos de vida tradicionales existentes en territorios de características rurales, promoviendo a la vez la gestión integrada y participativa en los recursos económicos generados por las comunidades locales, el enriquecimiento de las interacciones sociales y la valorización y cuidado participativo de los recursos naturales.

El turismo como toda actividad productiva necesita de bases de datos de información cualitativa, cuantitativa y geográfica amplia, consistente y específica que involucre funciones dinámicas, modificables, adaptables y eficientes de los mismos que permita los respectivos análisis estadísticos y geográficos espaciales.

El análisis espacial del territorio que corresponde a una técnica que proporciona bases de datos de información geográfica relevante debido a la combinación de datos cualitativos, cuantitativos y territoriales aplicados para diferentes áreas de investigación donde se involucren actividades productivas, de construcción, de ordenamiento territorial en el territorio facilitando a los actores la toma de decisiones para la planificación estratégica que contribuya a la toma de decisiones de ordenamiento y planificación territorial para aportar a la eficiente adaptación de políticas públicas y privadas que fomenten diversas actividades desarrolladas por el hombre tales como agricultura, actividades forestales, ganadería, construcción de viviendas, de industrias, de caminos, turismo y delimitación de terrenos para la protección humedales o espacios territoriales de alto valor en su biodiversidad provocados por su riqueza ecosistémica y características climatológicas.

Se realizó una investigación de carácter exploratoria que recopila información primaria y secundaria, datos geográficos, capas de información geográfica, aplicación de softwares Idrisi y ArcGis, que permitan realizar un análisis estadístico y de datos geográficos de Multicriterios aplicado al TBC, en la comuna de Panguipulli, Región de Los Ríos - Chile, para de ésta forma exhibir explícitamente las problemáticas que afectan la implementación de este tipo de turismo en diferentes áreas, siendo posible generar mapas temáticos que exponen las limitantes de carácter económico, organizacional y falta de infraestructura en

base al levantamiento de encuestas realizadas a tres tipos de actores que intervienen en su implementación, comunidad local, panel de expertos y gestores gubernamentales, quienes aplicaron pesos según sus percepciones a las problemática mediante la matriz de Saaty. Los mapas están compuestos por capas de datos geográficos que otorgan información compilada en el área seleccionada para el diagnóstico y análisis de multicriterios de las variables seleccionadas que intervienen en su ejecución y delimitación de zonas de aptitud del Turismo de Base Comunitaria. Los mapas temáticos representan una herramienta de ordenamiento territorial concreto para investigadores, comunidad local y organismos públicos o privados que facilitan los procesos de toma de decisiones para establecer estrategias, acciones y programas de desarrollo territorial que contribuyan al desarrollo del Turismo de Base Comunitaria de la comuna de Panguipulli.

### **Marco Teórico**

La actividad económica generada por la industria turística, según estudios realizados por la Asociación internacional World Travel and Tourism Council, aportó al Producto Interno Bruto (PIB) a nivel mundial durante el año 2016 \$2.400.000.000, lo que correspondiente a un 9,8% del total de las industrias que conforman este índice. Asimismo como industria presentó un crecimiento anual de un 3,7% , experimentando un incremento de un 0,3% más que el PIB económico global, es por esto que se proyecta un crecimiento económico de la actividad de un 4% hacia el año 2020. En cuanto a los puestos laborales creados por la industria turística se clasifican en directos, indirectos e inducidos, los que alcanzan un total de 290.000.000 plazas, lo que representa un 9,4% del total de la tasa de empleo cuantificada a nivel mundial.

Mencionar que el Producto Interno Bruto (PIB) está compuesto por los recursos monetarios generados por la producción interna de productos y servicios de los diferentes sectores productivos que existen en un país en donde la variación anual del índice que lo mide sea esta negativa o positiva determina el crecimiento o declinación económica en un país. Lo anterior se explica para profundizar en cómo se determina el aporte de la actividad turística en el Producto Interno Bruto de un país, composición que considera como base la producción valorizada según los ingresos monetarios que genera la actividad turística en cada uno de sectores productivos de un país como la agricultura, ganadería, construcción, comercio de servicios básicos, transportes y comunicaciones complementados con los ingresos brutos generados sólo por los servicios que forman parte de la industria turística, los que en la mayoría de los países son emanados por la hotelería y la restauración. A esta clasificación de aporte al Producto Interno Bruto se le denominada, Valor agregado Bruto (VAP) (Brida, et.al, 2008).

Asociado a los conceptos de medición que involucra la industria turística, es posible sostener que esta se ajusta debido a sus manifestaciones a la economía de libre mercado, puesto que su crecimiento está medido a nivel mundial en el índice porcentual de aporte al PIB, de la misma forma que el mercado exige maximizar las rentabilidades en la empresas turísticas propiciando así la acumulación capital económico en periodos de tiempo establecidos, los resultados de los estados contables determinan su posicionamiento en la industria a nivel local, nacional o internacional según donde se desenvuelva cada empresa que fructifica de la actividad. Así también existe un elemento básico que los encuadra en el sistema de libre mercado, como es la determinación de precio de los servicios turísticos, compuesto por las fuerzas invisibles emitidas desde la oferta y la demanda como según la elasticidad de una de estas fuerzas, se adapta buscando el punto de equilibrio en los ejes del plano cartesiano que lo exhibe según los principios que rigen aún a la economía.

Desde el punto de vista de la influencia que ejerce el turismo en los acreedores, las cadenas de producción, la necesaria creación de fuentes laborales y crecimiento del número de empresas turísticas es posible aportar a la tazas de empleos en porcentajes que bordea el 10% en las ciudades y países donde se desarrolla. Sin embargo existe cantidades considerables de casos donde la actividad no considera ni cuantifica los impactos negativos que provoca en los ámbitos sociales, económicos y ambientales tales como la especulación inmobiliaria, la marginación de las poblaciones más vulnerables en áreas periféricas de los centros urbanos, alza de precios para la población local, intervención culturas tradicionales, impactos ambiental por sobrepasar la capacidad de carga de las centros urbanos y rurales donde se desarrolla la actividad deteriorando los recursos naturales en toda su expresión lo que involucra baja en cantidades de especies de fauna y flora por la extracción de especies exóticas y endémicas a favor de su crecimiento.

Para Santillan 2010, la actividad ejecutada de manera tradicional y de forma masiva es considerada un corredor de la globalización y facilitador de la expansión del actual sistema neoliberal que fomenta el progreso económico-social y la modernización de los espacios donde este se desarrolla sean estos espacios clasificados como áreas urbanas o rurales.

Como respuesta a las debilidades que existe en la implementación del turismo masivo emerge el Turismo de Base Comunitaria. Un tipo de turismo que favorece la cohesión de los lazos sociales y un sentido colectivo de realizar vida en sociedad promoviendo la calidad de vida, el sentido de inclusión social, la valorización de la cultura local y el sentido de pertinencia (Bartholo, et.al 2009). Es posible decir entonces que este tipo de turismo representa una interpretación "local" del turismo frente a la demanda turística que busca contextos de grupos sociales diferentes o específicos en un destino que considera al final de cuentas, un escenario de fondo la dinámica de un mundo globalizado e integrado al sistema económico predominante.

El desarrollo histórico del Turismo de Base Comunitaria ha tenido un crecimiento importante en América Latina, su nacimiento que se genera a mediados de los años 80 del siglo XX, como resultado de las presiones del mercado turístico, demanda con tendencias a practicar turismo cultural y de naturaleza, que se fundamenta en cuatro perspectivas a satisfacer; naciendo mercados de turismo de intereses especiales que buscan vivir experiencias originales en paisajes naturales y culturales, disminuir los altos índices de pobreza e indigencia que los afectan a poblaciones de América del Sur tanto de áreas urbanas y rurales, una actividad productiva que puede renovar la economía local, crear nuevas fuentes de ingresos económicos en áreas rurales y una herramienta de resistencia política territorial para las poblaciones indígenas ya que promueve la propiedad de terrenos ancestrales, la preservación del patrimonio cultural y los recursos naturales (Bartholo, et.al 2009). Para complementar Sampaio, et al 2007 y Coroliano, 2006, consideran que el Turismo de Base Comunitaria es una alternativa de desarrollo económico local, complementario y justo con las comunidades que lo adoptan porque agrega valor a las costumbres y tradiciones intrínsecas de las comunidades dado que reduce los impactos negativos que provoca el turismo masivo. Otros autores suscitan que es una estrategia de comunicación social que promueve la conservación de modos de vida de comunidades tradicionales y la gestión integrada y a la vez participativa de los recursos naturales (Hernriquez, 2013).

Sin embargo, la implementación y ejecución del Turismo de Base Comunitaria (TBC) es compleja a causa de su alta sensibilidad a las percepciones sociales de quienes actúan en su ejecución porque incorpora a un rubro económico altamente competitivo y globalizado sumado a aquello, el TBC es adoptado en su gran mayoría por comunidades tradicionales, reducidas y con patrones sociales específicos tanto rurales como urbanos con poca experiencia en generar recursos económicos alternativos fuera de los tradicionales (Bartholo, et.al 2009). Lo que a su vez posee muchas limitantes que dilucidan estudios aplicados, éstas son: a) bajos índices de formalización de los emprendimientos; b) falta de certificación pertinente con la identidad; c) presencia de conflictos productivos; d) falta de escenarios y estrategias de asociatividad; e) falta de promoción y difusión; f) poca experiencia en la administración de recursos económicos y humanos g) poca participación de las comunidades locales en los procesos de planificación política y territorial; h) falta de capacitaciones especializadas en el área; i) estacionalidad propia de la demanda turística; j) pocas posibilidades de co-gestión integrada con áreas protegidas y k) bajo interés en el rescate y preservación del patrimonio cultural (Pacheco, 2015).

El diagrama 1. Sintetiza las limitantes percibidas por la comunidad local de la comuna de Panguipulli para la ejecución del Turismo de Base Comunitaria a fin de ordenar las problemáticas mencionadas anteriormente.



Muchas de las problemáticas expuestas tienen una fuerte dimensión espacial por tanto para visualizarlas es necesario investigar sobre los datos geográficos que permitan aplicar, agrupar las percepciones de los actores que intervienen en su implementación sean estos los actores públicos, privados, locales y nacionales y procesar las inquietudes. Este es un desafío que se puede solucionar asociando dos disciplinas la gestión turística y el análisis espacial.

La gestión turística se refiere a la capacidad de dirigir destinos, organismos y empresas turísticas a través del diseño de estrategias, procesos, optimización de recursos y cumplimiento de objetivos para contribuir al desarrollo y competitividad de la industria turística, en tanto que el Análisis espacial una técnica que permiten analizar las variables de un problema en el espacio, descubrir cómo estas variables se interrelacionan y afectan a ciertos procesos de un territorio determinado.

El análisis espacial en específico se define como un proceso que selecciona datos geográficos de un área e incluye funciones de superposición tipológica, generación de corredores o modelación de datos con el fin de descubrir estructuras espaciales, asociaciones y relaciones entre las variables geográficas, las que son posibles estudiarlas a través de la incorporación de modelos espaciales, la cual se describe como la representación de atributos de la superficie terrestre en una base de datos digital que apunta a la solución de un problema complejo (González, 2012).

El uso de métodos de modelación espacial, ofrece bases de datos dinámicos y espaciales, los cuales se utilizan para configurar un sistema de tecnología informática que aporte a la investigación geográfica y al proceso de toma de decisiones para la solución de problemas territoriales complejos, debido a la gestión eficiente de los datos que conlleva el proceso, esta favorece el análisis espacial, multi-factor y capacidades de monitoreo constante. Este proceso entonces se convierte en una herramienta que facilita la toma de decisiones eficaces y ayuda a la gestión de la tierra, la planificación urbana, la prevención y mitigación de desastres, el desarrollo inmobiliario, comercial y otras áreas que así lo requiera (Wei Wei, 2012).

Para realizar análisis espaciales, los Sistemas de información Geográfica son fundamentales, estos sistemas se describe como un conjunto de partes en interacción organizadas que permite manejar datos geográficos, es una disciplina emergente que reúne geografía, ciencias de la computación, matemáticas, estadística, gestión, topografía y cartografía en una sola, sobre la base de los datos geoespaciales, los que apoyados por hardware y software, se recoge datos de entrada, los cuales se gestionan, editan, modelan y visualizan la información geográfica (Wei Wei, 2012).

Los Sistemas de Información Geográfica se han incorporado al análisis del fenómeno turístico como herramientas de planificación para los destinos turísticos y sistemas de apoyo al proceso de toma de decisiones, proporcionado la construcción de completas bases de datos de geografía turística, mapas temáticos y sistemas de información comprimida y complementaria a las actuales bases de información, que existe ligada la actividad turística.

Las bases de datos y fuentes de información actual que existe sobre el rubro turístico son deficientes y poca en cantidad, esta situación dificulta la toma de decisiones y la operación y la proyección de esta actividad económica en las naciones, la mayoría de las investigaciones e información tiende a realizarse desde una lógica tradicional y de absolutos en análisis de parámetros estadísticos y no consideran la evolución y tendencias del mercado turístico actual. El TBC en especial exige ser tratado con una visión amplia y sólida con respecto a los procesos humanos y sociales que involucra, por lo que generar información y bases de datos de una lógica absoluta desde lo cualitativo, cuantitativo o estadístico aporta poco a su entendimiento y evolución geografica.

El TBC es un problema de investigación complejo, que necesita ser tratado desde una perspectiva transdisciplinaria y multidisciplinaria debido a los múltiples factores que intervienen en su ejecución. Además, es un tipo de turismo muy sensible a las decisiones de los actores que intervienen en su desarrollo por lo tanto, para investigar su situación actual se debe considerar esta característica.

Para realizar análisis espacial de múltiples factores aplicado al TBC, es necesario utilizar metodologías que se adapten a los requerimientos de su tratamiento, entonces el presente estudio utiliza la metodología de Análisis de Evaluación de Multicriterio, herramienta que mediante un conjunto ordenado y sistemático de etapas permite integrar múltiples criterios para aportar a la solución de un problema complejo. La metodología involucra, la elección de diferentes capas de datos geográficos que apuntan a un solo propósito, los cuales seleccionados, procesados y editados permiten crear mapas temáticos para diferentes propósitos, tales como conservación de terrenos forestales, uso de suelos agrícolas, protección de áreas de la expansión urbana, zonas de aptitud turística u otros. Los mapas generados asisten eficientemente al ordenamiento y planificación territorial y al manejo de los recursos naturales (Lopez et. al, 2011).

En esta investigación se realizará un análisis de Evaluación Multicriterio de problemáticas presentes que debilitan el TBC en destino Siete Lagos (comuna de Panguipulli) con el objetivo de asistir al proceso de toma de decisiones y la planificación territorial turística a investigadores, gestores y comunidad local; Contribuyendo así, a la eficacia de las estrategias para el fomento del TBC y a la economía solidaria, a la inyección y distribución focalizada de recursos públicos o privados y direccionar políticas y programas públicos que aporten al desarrollo económico local del Turismo de comunidades locales en zona rurales de la comuna de Panguipulli.

### **Objetivo General**

Realizar un análisis espacial de las problemáticas que limitan el desarrollo del Turismo de Base Comunitaria en el destino Siete Lagos de la comuna de Panguipulli, Región de los Ríos.

### **Objetivos específicos**

- 1- Definir criterios para la evaluación de las problemáticas del Turismo de Base Comunitaria.
- 2- Ponderar estos criterios para desarrollar un modelo espacial de evaluación de las problemáticas.
- 3- Crear mapas temáticos de las problemáticas del TBC, que asista al análisis territorial de TBC en la comuna de Panguipulli.
- 4- Crear mapas temáticos de aptitud del TBC, que asista a la planificación y toma de decisiones en la comuna de Panguipulli.

## Metodología

Formulación del Análisis multicriterio.

Esta investigación, se basó en la metodología denominada Análisis Multicriterio, que consiste en un conjunto ordenado y sistemático de etapas que permite integrar múltiples criterios en el análisis de los cambios espaciales de un territorio. Es usada frecuentemente en procesos de planificación territorial y en la conservación de los recursos naturales (Lopez-Marreno, et. al 2011).

El análisis multicriterio será aplicado, en la gestión del Turismo de Base Comunitaria que se desarrolla en la comuna de Panguipulli, donde intervienen múltiples aspectos que limitan el crecimiento de este tipo de turismo. A estos aspectos los denominaremos criterios o problemáticas del TBC. En este trabajo fueron considerados las siguientes:

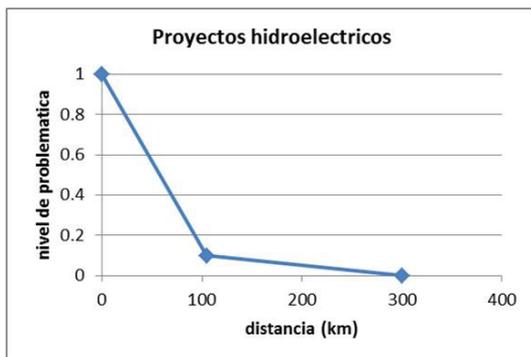
- a) **Problemática de Conflictos Productivos:** Se definen como aquellas actividades productivas que compiten en el uso de territorio con el TBC. En particular, en la zona se identificaron tres de estos conflictos: Proyectos Hidroeléctricos; Zonas de Turismo Masivo y Zonas de Especulación Inmobiliaria. Estos conflictos de uso, fueron denominados sub criterios de conflictos productivos.
- b) **Problemática de Gestión Comunitaria:** Se definen como aquellas condiciones, cuya ausencia dificulta la gestión territorial local comunitaria para la ejecución del TBC. En este caso son: que la zona pertenezca a una Área Protegida, Ausencia de Organizaciones Comunitarias y Ausencia de Terrenos Indígenas. Estas condiciones fueron denominadas, sub criterios de Gestión Comunitaria.
- c) **Problemática insuficiencia de Infraestructura Turística:** Se definen como aquellas instalaciones que al no existir dificultan el desarrollo de la actividad turística en el área de estudio y en particular la realización de TBC, tres de estos aspectos son; la No existencia de Caminos, la No existencia de Atractivos Turísticos y la No existencia de Empresas Turísticas formalizadas. Estas problemáticas fueron denominadas, sub criterios de Infraestructura Turística.

Una vez, establecido los aspectos que representan las problemáticas para el Turismo de Base Comunitaria, es necesario cuantificarlos. Como cada criterio está compuesto por sub criterios, se establecieron variables numéricas, para evaluar el impacto de cada uno de ellos en el territorio. Todas estas variables fueron trabajadas a partir de archivos espacialmente explícitos, los que fueron trabajados en el software IDRISI, versión Selva. A continuación se presenta el detalle de las variables definidas para cada sub criterio.

a) Problemática de Conflictos Productivos.

*Proyectos hidroeléctricos:* Esta variable tiene un comportamiento que varía de manera lineal decreciente con respecto a la distancia a los proyectos hidroeléctricos, tanto en ejecución como proyectados. Este decrecimiento llega hasta un valor mínimo de impacto de la problemática, dicho valor mínimo se definió en base a la estimación de un panel de expertos (ver Acápite II), que evaluó en cuanto disminuye el valor de un sector para el Turismo de Base Comunitaria por el hecho de estar cerca de una central hidroeléctrica (Figura 1). Cabe señalar que la ubicación de los proyectos hidroeléctricos, se obtuvo preguntando directamente al panel de expertos y revisión de noticias y documentos relacionados con la zona de estudio.

Figura 1. Comportamiento de problemática para los Proyectos Hidroeléctricos.



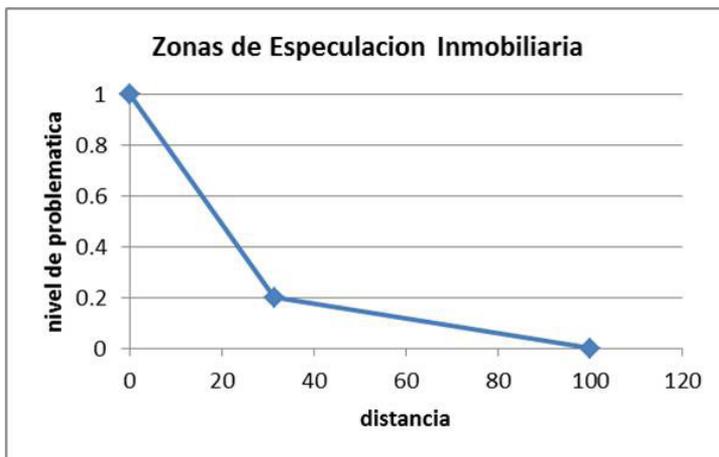
*Zonas de Turismo Masivo:* Esta variable tiene un comportamiento que varía de manera lineal decreciente con respecto a la distancia a las riveras de lagos presentes en la zona. Este decrecimiento llega hasta un valor mínimo de impacto de la problemática. Dicho valor mínimo se definió en base a la estimación de un panel de expertos (ver Acápite II), que evaluó en cuanto disminuye el valor de un sector para el Turismo de Base Comunitaria por el hecho de estar cerca de una zona de Turismo Masivo (Figura 2). Cabe señalar que la ubicación de las masas de agua, se obtuvo de la base de datos de mapas vectoriales de Masas de agua: polígono de lagos, lagunas, hielos y otros, disponibles por el Sistema Integrado de Información Territorial (SIIT) de la Biblioteca de Congreso Nacional de Chile.

Figura 2. Comportamiento de problemática para las Zonas de Turismo Masivo.



*Zonas de Especulación Inmobiliaria:* Esta variable tiene un comportamiento que varía de manera lineal decreciente con respecto a la distancia a las ciudades presentes en la zona. Este decrecimiento llega hasta un valor mínimo de impacto de la problemática. Dicho valor mínimo se definió en base a la estimación de un panel de expertos (ver Acápite II), que evaluó en cuanto disminuye el valor de un sector para el Turismo de Base Comunitaria por el hecho de estar cerca de una zona de Especulación Inmobiliaria (Figura 3). Cabe señalar que la ubicación de las ciudades, se obtuvo de la base de datos de mapas vectoriales de áreas urbanas de todo Chile, disponibles por el Sistema Integrado de Información Territorial (SIIT) de la Biblioteca de Congreso Nacional de Chile.

Figura 3. Comportamiento de problemática para las Zonas de Especulación Inmobiliaria.



b) Problemática de Gestión Comunitaria.

*Pertenencia a un Área Silvestre Protegida:* Esta variable corresponde a una restricción, ya que tiene dos respuestas frente a la problemática: a) permite la gestión del TBC y b) no permite la gestión del TBC. Así, en una Área Silvestre Protegida, debido a los aspectos legales que destina estas áreas a la conservación y preservación de los terrenos no se pueden desarrollar proyectos turísticos por la comunidad local. Cabe señalar que, debido al algoritmo matemático utilizado, el valor 0 indica las zonas donde no se puede desarrollar TBC, en tanto que el valor 1 implica una dificultad máxima. De esta forma las zonas con valores cercanos a 0, son las óptimas para el desarrollo de proyectos turísticos comunitarios.

La ubicación de las Áreas Protegida de la comuna, se obtuvo de la base de datos de mapas vectoriales de Áreas Silvestres Protegidas por el estado para todo Chile, disponibles por el Sistema Integrado de Información Territorial (SIIT) de la Biblioteca de Congreso Nacional de Chile.

Figura 4. Comportamiento de problemática para la Pertenencia a Áreas Silvestres Protegidas.



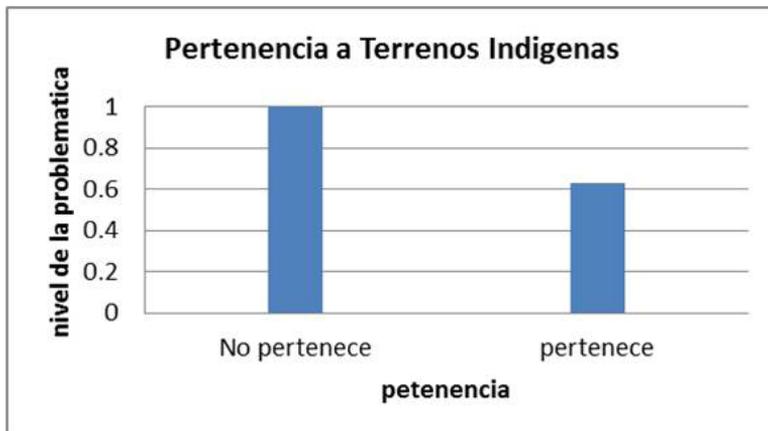
*Ausencia de Organizaciones comunitarias:* Esta variable tiene un comportamiento que varía de manera lineal creciente con respecto a la distancia a comunidades indígenas presentes en la zona. Este crecimiento de la problemática, llega hasta un valor mínimo de impacto de la problemática. Dicho valor mínimo se definió en base a la estimación de un panel de expertos (ver Acápite II), que evaluó en cuanto disminuye el valor de un sector para el Turismo de Base Comunitaria por el hecho de estar lejos de una Organización Comunitaria (Figura 5). Cabe señalar que la ubicación de las Comunidades Indígenas de la comuna de Panguipulli, se obtuvo de la base de datos geográficos de Comunidades Indígenas registradas formalmente y disponibles en puntos KML por el Sistema Integrado de Información Indígena de la Corporación Nacional de Desarrollo Indígena (CONADI) de la Región de Los Ríos.

Figura 5. Comportamiento de problemática para la Ausencia de Organizaciones Comunitarias.



*No pertenencia a Terrenos Indígenas:* Esta variable tiene un comportamiento binario con respecto a si una zona pertenece o no a un terreno indígena. Si la zona es terreno indígena tiene un valor mínimo de impacto de la problemática en tanto que si no pertenece tendrá el valor máximo. Dicho valor mínimo se definió en base a la estimación de un panel de expertos (ver Acápite II), que evaluó en cuanto disminuye el valor de un sector para el Turismo de Base Comunitaria por el hecho de no pertenecer a Terreno Indígena (Figura 6). Cabe señalar que la ubicación de los Terrenos Indígenas, se obtuvo de la base de cubiertas de polígonos de Títulos de Merced disponibles por el Sistema Integrado de Información Indígena de la Corporación Nacional de Desarrollo Indígena (CONADI) de la región de Los Ríos.

Figura 6. Comportamiento de la problemática para la No Pertenencia a Terrenos Indígenas.



c) Problemática de insuficiencia de Infraestructura Turística.

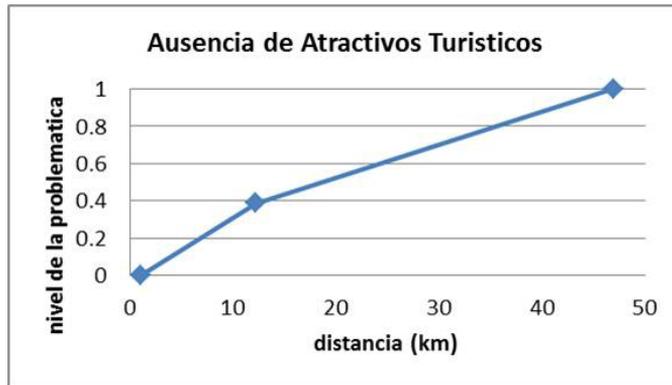
*Lejanía a caminos:* Esta variable tiene un comportamiento que varía de acuerdo a valores mínimos con respecto a un tramo de distancia que contempla un punto muy cercano a caminos y otro punto muy lejano a caminos. El tramo de valores mínimo y máximo se definió en base a la estimación de un panel de expertos (ver Acápite II), que evaluó en cuanto disminuye el valor de un sector para el Turismo de Base Comunitaria por el hecho de estar muy cerca y estar muy lejos de un camino (Figura 7). Cabe señalar que la ubicación de los caminos, se obtuvo de la base de datos de mapas vectoriales de Red vial: poli líneas de los caminos de Chile, disponibles por el Sistema Integrado de Información Territorial (SIIT) de la Biblioteca de Congreso Nacional de Chile.

Figura 7. Comportamiento de problemática para Lejanía a Caminos.



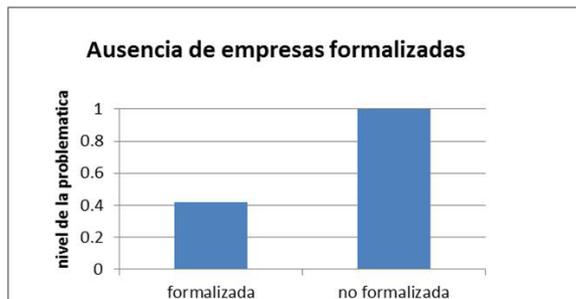
*Ausencia de Atractivos Turísticos:* Esta variable tiene un comportamiento que varía de manera lineal creciente con respecto a la distancia a atractivos turísticos presentes en la zona. Este crecimiento llega hasta un valor mínimo de impacto de la problemática. Dicho valor mínimo se definió en base a la estimación de un panel de expertos (ver Acápite II), que evaluó en cuanto disminuye el valor de un sector para el Turismo de Base Comunitaria por el hecho de estar lejos de un atractivo turístico (Figura 8). Cabe señalar que la ubicación de los atractivos turísticos, se obtuvo de la base de datos de mapas vectoriales de atractivos turísticos disponibles por el Sistema Integrado de Información Territorial (SIIT) de la Biblioteca de Congreso Nacional de Chile.

Figura 8. Comportamiento de problemática para Ausencia de Atractivos Turísticos.



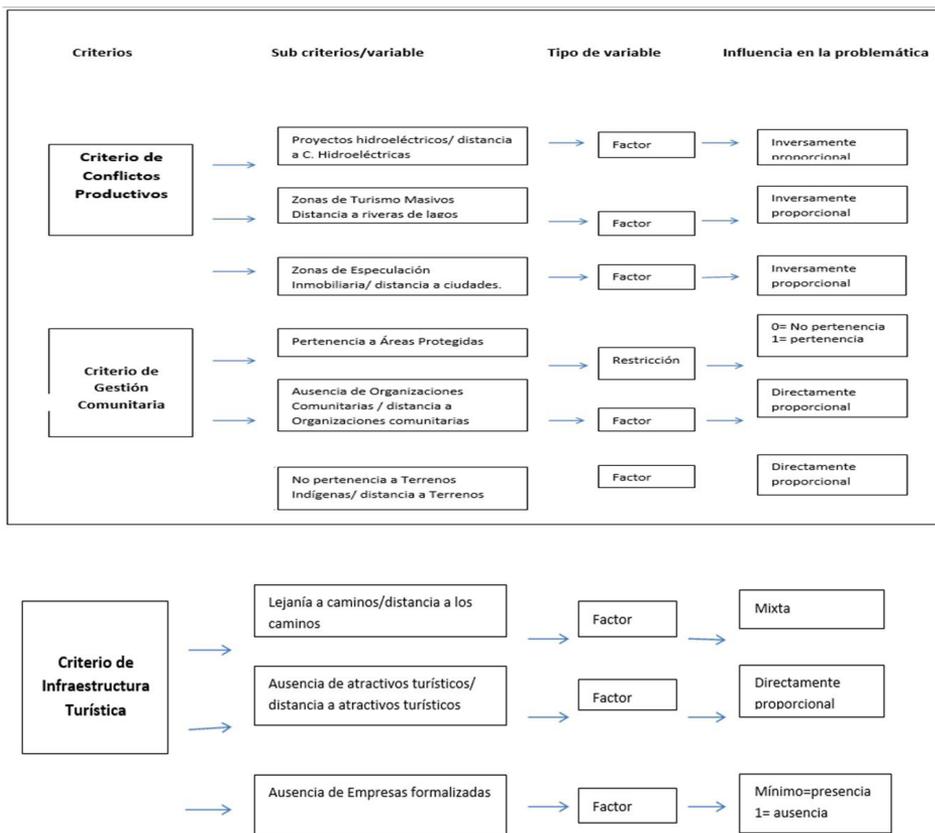
*Ausencia de Empresas Formalizadas:* Esta variable tiene un comportamiento constante, que es mínimo si la zona no posee empresas formalizadas. Dicho valor mínimo se definió en base a la estimación de un panel de expertos (ver Acápite II), que evaluó en cuanto disminuye el valor de un sector para el Turismo de Base Comunitaria por no tener empresas formalizadas (Figura 3). Cabe señalar que la ubicación de las empresas formalizadas, se obtuvo de la base de datos de puntos geográficos facilitados por el departamento de Turismo de la Municipalidad de Panguipulli de la región de Los Ríos.

Figura 9. Comportamiento de problemática de Ausencia de Empresas Formalizadas.



Adicionalmente, se eliminaron las cubiertas de masas de agua, por corresponder a zonas en que es imposible realizar actividades de TBC. Estas coberturas fueron obtenidas desde la base de datos de mapas vectoriales de masas de agua: polígono de lagos, lagunas, hielos y otros, disponibles por el Sistema Integrado de Información Territorial (SIIT) de la Biblioteca de Congreso Nacional de Chile. En la Figura 10, se resumen los criterios y subcriterios trabajados.

Figura 10: Criterios y Sub-criterios que limitan el desarrollo del Turismo de Base Comunitaria.



## **I. Realización de encuestas**

Para determinar valores mínimos de impacto de las problemáticas, los kilómetros de influencia de la problemática y asignar pesos de ponderación tanto a los sub-criterios y como a los criterios que componen las problemáticas que limitan la ejecución del Turismo de Base Comunitaria en la comuna de Panguipulli. Se elaboró y aplicó una entrevista de percepción cerrada. De esta manera, la investigación general de este proyecto consideró la metodología de Acción Participante, la que implicó asistir a núcleos de conversación con investigadores y profesionales del Programa de Turismo de Base Comunitaria del Centro de Estudios Ambientales (CEAM) de Universidad Austral de Chile; participar en talleres de transferencia técnica del Nodo de Turismo de Base Comunitaria de la Red de Turismo Comunitario Meliko Felen; participar en seminarios de TBC realizados por el CEAM UACH; la Corporación de Fomento Productivo (CORFO); Bosque Modelo Panguipulli y la Municipalidad de Panguipulli; finalmente se realizaron visitas a terreno para aplicar la entrevista de percepción cerrada al panel de expertos.

La Entrevista de Percepción Cerrada se aplicó a un panel de expertos, cuya selección fue hecha según su nivel de conocimiento y experiencia en la gestión del TBC en el área de estudio. Se involucraron la visión de tres tipos de actores, que intervienen directamente en el fomento de este tipo de Turismo en la comuna de Panguipulli y en la Región de Los Ríos, para otorgar versatilidad y objetividad a las respuestas y al análisis multicriterio final.

a) Investigadores de Turismo de Base Comunitaria: Está compuesto por tres académicos/ investigadores de Turismo de Base comunitaria, los cuales han realizado investigaciones pioneras de TBC en distintos territorios de la Región de Los Ríos, en base a metodologías de Acción Participante. Estos expertos están vinculados al programa de Turismo de Base Comunitaria del Centro de Estudios Medio ambientales y al Instituto de Turismo de la Universidad Austral de Chile. Sr. Guillermo Pacheco, Coordinador del programa de Turismo de Base Comunitaria del Centro de Estudios Ambientales (CEAM) de la Universidad Austral de Chile, Sr. Christian Henríquez, Académico de Magister de Desarrollo a Escala Humana de la Universidad Austral de Chile y Sr. Edgardo Oyarzun, Académico del Instituto de Turismo de la Universidad Austral de Chile.

b) Comunidad Local: Está compuesto por tres empresarios y representantes de agrupaciones locales de Turismo de Base Comunitaria de la comuna de Panguipulli, que se han destacado por su participación y desarrollo del turismo comunal. Sra Nelda Trafipan; Empresaria turística de la localidad de Liquiñe y miembro de la Corporación de Turismo de Panguipulli, Srta Angélica Chincolef, Empresaria de Turismo de Base

Comunitaria de la localidad de Coñaripe y premio Valor Turístico de la región de Los Ríos año 2015 y Sr. Mario Neihual, Egresado de Antropología, Presidente de la Agrupación de Guías de Liquiñe de la comuna de Panguipulli.

c) Gestores Públicos: está compuesto por tres profesionales que pertenecen a instituciones públicas y privadas relevantes en la toma de decisiones y gestión de la actividad turística de la comuna de Panguipulli y en la Región de Los Ríos. Sr. Sergio Toledo, Director la Oficina Municipal de Desarrollo Económico Local (OMDEL) de la Municipalidad de Panguipulli. Sr. Héctor Pichun, Profesional de Apoyo de la Corporación Bosque Modelo de la Corporación Nacional Forestal de Panguipulli y Sr. Pedro Burgos, Director Regional del Servicio Nacional de Turismo (SERNATUR) Región de Los Ríos.

## **II. Tratamiento estadístico de los datos.**

El panel de expertos entregó varias respuestas, por lo cual los valores mínimos y distancias de impacto fueron calculados con el promedio de las respuestas entregadas por los distintos actores. Estos son los valores que determinaron el comportamiento de las variables y como las mismas influyen dentro de la evaluación de problemáticas de Turismo de Base Comunitaria en la comuna de Panguipulli.

De la misma forma a fin de evaluar el grado de acuerdo de las respuestas, correspondientes a los valores mínimos y distancias de impacto, se calcularon estadísticos de dispersión, en particular la varianza, desviación estándar y error estadístico de cada una de las variables. Dado que el análisis multicriterio se basa en la ponderación de las distintas variables que influyen dentro de un problema, es necesario estimar cuales son los pesos de importancia para cada uno de los criterios y sub criterios utilizados en la investigación. Se utilizó entonces, el Proceso Analítico Jerárquico (Saaty 1980), el que consiste en un procedimiento de comparación por pares de los criterios. Así, se establece una matriz de comparación, en la cual el número de filas y columnas está definido por el número de criterios a ponderar. En base a esta matriz se establecen los pesos y proporciona una medida cuantitativa de la consistencia (Saaty, 1980). Así, el panel de expertos según su experiencia y percepción, comparó los subcriterios y criterios definidos para esta investigación, a fin de obtener los pesos de cada uno de ellos.

Cabe señalar que, las respuestas fueron filtradas y promediadas en base al análisis de consistencia de manera de obtener el peso final para cada criterio y sub criterio que contempla esta investigación. Para asegurar la representatividad de los distintos tipos de actores, se forzó al menos la existencia de una respuesta consistente por cada tipo de actor, es decir en caso de que la totalidad de actores perteneciente a un grupo resultara inconsistente, la entrevista fue repetida.

Finalmente, se realizaron comparaciones generales de los pesos asignados por cada uno de ellos a los criterios y sub criterios que limitan el desarrollo de TBC en la comuna de Panguipulli, a fin de investigar como varía la percepción de los distintos tipos de actores, respecto de la importancia relativa asignada para cada una de las preguntas de comparación.

## **Resultados.**

Al calcular la desviación estándar de los valores mínimos promedios, que mide el grado de influencia de la problemática para cada uno de los criterios y subcriterios, se desprende que el subcriterio de Atrativos Turísticos posee la mayor variabilidad en los datos recogidos, con 0.3. Mientras que el error estándar de la muestra para esta variable es de 0.1, por lo tanto los intervalos de confianza del 95% de la muestra, distribuye las respuestas entre un 0.2 y 0.4 de percepción de influencia de la problemática. En tanto que los grados de acuerdo de las respuestas correspondiente a esta problemática, es de 76.8% de coeficiente de variación.

Los subcriterios con menor desviación estándar de valor mínimo promedio de influencia de la variable son Proyectos Hidroeléctricos y Especulación Inmobiliaria con un 0.1 de valor mínimo promedio, un error estándar de un 0.06 y 0.05 respectivamente y grados de acuerdo de las respuesta establecido por el coeficiente de variación de 165% y 70.7%. Mencionar que al existir un error estándar bajo provoca que exista un intervalo de confianza del 95% de la muestra, donde se distribuyen los datos reducido, el rango se obtiene sumando y restando el error estándar multiplicado por dos a la desviación estándar de cada una de las problemáticas seleccionadas para este estudio.

El subcriterio con mayor desviación estándar de distancia mínima promedio de influencia de la problemática, es Proyectos Hidroeléctricos con 97.35 km de variación, un índice de error estándar del 95% de la muestra de 34.4, reflejando un intervalo de confianza de distribución de las respuestas entre los 8.2 y 202.9 km., mientras que los grados de acuerdo de las respuestas para este subcriterio es de 92.2 % de coeficiente de variación.

El subcriterio con menor desviación estándar en la distancia mínima promedio de influencia de la variable es Caminos, esta problemática tiene un comportamiento mixto, en consecuencia se debió calcular la variabilidad para la distancia mínima y máxima promedio, las que corresponden a 3.38 y 5.22 kms respectivamente, error estándar de 1.1 kms y 1,8 kms y alto grado de acuerdo para la distancia mínima promedio de 148.5% y bajo grado de acuerdo para la distancia máxima de 52.2%, medido mediante el coeficiente de variación. La discrepancia entre la variabilidad con los grados de acuerdo para la distancia máxima y mínima promedio de Caminos, se debe al bajo tamaño de la muestra

que involucra la investigación.

Figura 11. Análisis estadístico de las variables para la evaluación de los Sub criterios.

Variable		Promedio	Desviación Estándar	Error Estandar	Coefficiente de variacion
Proyectos Hidroeléctricos	Valor Mínimo %	0.1	0.1	0.06	165
	Distancia (km)	105.55	97.35	34.4	92.2
Turismo Masivo	Valor Mínimo %	0.3	0.2	0.09	76.4
	Distancia (km)	20.88	14.81	5.2	70.9
Especulación Inmobiliaria	Valor Mínimo %	0.2	0.1	0.05	70.7
	Distancia (km)	31.44	29.7	10.5	94.4
Organizaciones Comunitarias	Valor Mínimo %	0.1	0.2	0.08	166.4
	Distancia (km)	7.65	6.15	2.1	80.4
Propiedad Indígena	Valor Mínimo %	0.6	0.2	0.1	46.7
	Valor Mínimo/cerca %	0.7	0.2	0.07	28.5
Caminos	Valor Mínimo/lejos %	0.4	0.2	0.08	52.9
	Distancia/cerca (km)	2.27	3.38	1.1	148.5
	Distancia/lejos (km)	10	5.22	1.8	52.2
	Valor Mínimo %	0.3	0.3	0.1	76.8
Atractivos Turísticos	Distancia (km)	12.25	13.76	4.8	112.2
	Valor Mínimo %	0.4	0.2	0.08	57.5

Para el análisis de los valores mínimos y distancias mínimas promedios de los criterios, se calculó el promedio aritmético de los subcriterios que componen los criterios, que determinó que el criterio de Gestión Comunitaria es el conjunto de problemáticas con mayor riesgo a la presencia de las mismas, para el desarrollo del Turismo de Base Comunitaria, dado que los valores mínimos promedios de impacto de las variables es de un 0.35 y distancia mínima promedio de influencia de ésta, es de 7.6 km. En tanto que el conjunto de criterios evaluado con menor riesgo a las problemáticas corresponde a los conflictos productivos dado que el valor mínimo promedio de influencia de la problemática, es de un 0.2 y tiene un radio de influencia de distancia mínima promedio de influencia de 52.62 km, considerando el tipo de comportamiento lineal directamente proporcional o inversamente proporcional de cada subcriterio que componen la primer criterio, dependiendo del valor mínimo y de la distancia mínima que influyen a cada variable.

La desviación estándar, dato estadístico que refleja la variabilidad común de los datos con respecto a la media aritmética del valor mínimo promedio, determinó que el criterio de Conflictos Productivos el que contiene menor dispersión en sus datos con una desviación estándar promedio de 0,13 para el valor mínimo promedio, un error estándar de 0.06 y altos grados de acuerdo en las respuestas, las que alcanzan un promedio de 106% de coeficiente de variación. Sin embargo no ocurre la misma situación con los tres datos estadísticos analizados para la distancia mínima promedio, medida que posee una desviación estándar de un 47,28 km, un error estándar 43.1 km y un coeficiente de variación de 85.3%. Reflejando una alta dispersión e intervalo de distribución de los datos

pero con altos grados de acuerdo en las respuestas, la discrepancia entre la desviación estándar y el coeficiente de variación se debe al reducido tamaño de la muestra.

Mientras que el criterio de Infraestructura Turística contiene la mayor desviación estándar promedio de 0,25 para el valor mínimo promedio, un error estándar de 0.9 y coeficiente de variación promedio de 67.1% y para la distancia mínima promedio posee una desviación estándar de un 13.76 km, un error estándar 4.8 km y un coeficiente de variación de 112.2%.

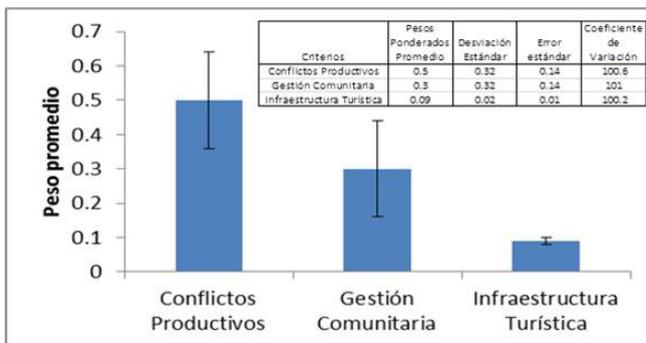
Los pesos ponderados más altos en grado de importancia de limitaciones actuales que afectan el desarrollo de TBC en el área de estudio, fueron asignados para los subcriterios de proyectos hidroeléctricos y ausencia de organizaciones comunitarias con un 0.7; la lejanía a caminos y ausencia de atractivos turísticos fueron evaluados con un 0.3. La no pertenecía a terrenos indígenas tiene un peso de importancia de 0.2; las zonas de especulación inmobiliaria de 0.1 y por último en categoría de importancia se consideró a las zonas de Turismo Masivo con una evaluación de un 0.09.

Con respecto a la evaluación de los criterios se consideró a los Conflictos Productivos un aspecto altamente problemático para el TBC asignándole un valor de un 0.5; el segundo aspecto determinó a la gestión comunitaria con un valor de 0.3 y por último se evaluó a la falta de infraestructura turística con un 0.09. (Véase la figura 12).

En cuanto a la variabilidad de las respuestas, el Criterio de Infraestructura turística posee la menor desviación estándar de 0.02, mientras los criterios de Conflictos Productivos y Gestión Comunitaria poseen mayor variabilidad en las respuestas, ambos con 0.32. Asimismo, el error estándar para el criterio de Infraestructura turística es de 0.01, en tanto que para los dos criterios restantes es de 0.34. Por último, los tres criterios evaluados mediante este estudio poseen alta coincidencia en las respuestas con respecto a los pesos de importancia asignados a cada uno de los estos, promediando un 100.6% de coeficiente de variación.

Figura 12. Promedio y datos estadístico de los pesos ponderados de Sub criterios y Criterios de Problemáticas de TBC.

Sub Criterios	Pesos ponderados/prom
Proyectos Hidroelectricos	0.7
Zonas de Turismo Masivo	0.09
Zonas de Especulacion Inmobiliaria	0.1
Pertenencia a Areas Protegidas	restriccion
Ausencia de Organizaciones Comunitarias	0.7
No pertenencia a Terrenos Indigena	0.2
Lejania a Caminos	0.3
Ausencia de Atractivos Turisticos	0.3
Ausencia de Empresas Formalizadas	0.1
<b>Criterios</b>	
Conflictos Productivos	0.5
Gestion Comunitaria	0.3
Infraestructura Turistica	0.09



Para diferenciar las percepciones de las problemáticas que afectan al TBC entre tipos de actores que se involucraron en este estudio, se realizó un análisis estadístico diferenciado de los pesos promedios asignados a los criterios.

Para los Conflictos Productivos, los actores que le otorgan el mayor peso a la problemática son los Gestores Públicos con los Investigadores, ambos con un peso promedio asignado de 0.8 y 0.41 respectivamente, mientras que la comunidad local le asignó 0.18. Si bien ésta variable tiene alto impacto en el alcance de la problemática, establecido por los km de distancia que ésta influencia, situación que es percibida por los actores externos al territorio donde se desarrolla TBC, es decir los Gestores Públicos y los Investigadores, quienes poseen mayor información de las potencialidades turísticas que existen en la comuna desde el punto de vista técnico, visión supra del territorio y el conocimiento de experiencias externas tanto nacionales como internacionales de ejecución de TBC.

La desviación estándar de los Investigadores y Gestores Públicos es de 0.31 y 0.01 respectivamente, resultados que reflejan una baja variabilidad en las evaluaciones realizadas al igual un margen de error estándar pequeño, mientras que los grados de acuerdo de las respuestas son altos en los investigadores pero muy bajos en los gestores públicos, con un coeficiente de variación de 77.9% y 1.7% para cada uno. La discrepancia entre la baja desviación estándar y bajos grados de acuerdo de los datos correspondiente a los gestores públicos, se debe al bajo tamaño de la muestra que contempló este tipo de actor y inconsistencia reflejada por una las respuestas, lo que debilita el análisis estadístico.

La comunidad local evaluó con mayor peso de importancia a la problemática Gestión Comunitaria, asignándole un peso ponderado de 0.73, mientras que los investigadores y los gestores públicos le asignaron un peso ponderado de 0.25 y 0.09, ponderando un peso promedio de 0.35. Mencionar que el peso ponderado asignado a este criterio por la comunidad local, está sustentado en la experiencia de las iniciativas del TBC, que se encuentran en desarrollo en el área, donde la no existencia de organizaciones comunitarias es contradictorio para la implementación asertiva de este tipo de turismo, mientras que la ausencia de terrenos indígenas si bien no es una limitante absoluta para su práctica, se requiere la propiedad de esta variable para tener dominio sobre las iniciativas que se impulsen como también conservar la existencia de la cultura Mapuche, que es un elemento complementario, diferenciador y que fundamenta la práctica del TBC. En tanto que la presencia de áreas protegidas es una variable que limita la ejecución de este tipo de turismo en las zonas declaradas como tales como el buffer alejamiento debido a las regulaciones actuales que regulariza la administración y ocupación de éstas áreas destinadas a la protección y conservación de especies endémicas que existen en estas áreas, como también el método de concesiones para él la administración de actividades recreativa en estas áreas, las cuales son designadas mediante licitaciones públicas que involucran inversiones de capital inicial importante. La desviación estándar de la comunidad local es de 0.33, reflejando una baja variabilidad en los datos y altos grados de acuerdos, medido mediante el coeficiente de variación que es de 130.8%.

El Criterio de Infraestructura turística fue evaluado de forma similar por los tres tipos de actores, es decir asignado un peso ponderado de los investigadores de 0.09, comunidad local de 0.08 y gestores públicos de 0.08, tomado un peso ponderado promedio de 0.08, con desviación estándar baja de 0.03 y 0.01 correspondiente a los investigadores y gestores públicos y ambos actores con bajo coeficiente de variación de 38.4% y 15.7% respectivamente. El tamaño de la muestra influencia la diferencia que se observa entre la variabilidad y los grados de acuerdos de las respuestas. Agregar que si bien el peso ponderado promedio asignado por los tres actores a este criterio es bajo, los subcriterios que lo componen son importantes para la práctica del TBC, puesto que los atractivos

turísticos logran capturar la atención de la demanda, las empresas formalizadas son necesarias para crear y vender un producto turístico bajo la satisfacción de las necesidades que así exijan los turistas, bajo normas higiénicas administrativas que correspondan según los tipos de iniciativas que se encuentren habilitadas y la variable de caminos permite el traslado de la demanda turística a las zonas donde se realice TBC, en la comuna de Panguipulli.

Figura 13. Análisis estadístico de los pesos ponderados promedios, según tipo de actor.

Criterio Conflictos Productivos				
Actores/Criterios	Peso Promedio	Desviación Estándar	Error Estándar	Coefficiente de Variación
Investigadores de TBC	0.41	0.31	0.18	77.9
Comunidad Local	0.18	N/A	N/A	N/A
Gestores Públicos	0.8	0.01	0.01	1.7
Peso Criterio	0.46			
Criterio Gestión Comunitaria				
Actores/Criterios	Peso Ponderado	Desviación Estándar	Error Estándar	Coefficiente de Variación
Investigadores de TBC	0.25	0.32	0.18	130.8
Comunidad Local	0.73	N/A	N/A	N/A
Gestores Públicos	0.09	0	0	0
Peso Criterio	0.35			
Criterio Infraestructura Turística				
Actores/Criterios	Peso Ponderado	Desviación Estándar	Error Estándar	Coefficiente de Variación
Investigadores de TBC	0.09	0.03	0.02	38.49001795
Comunidad Local	0.08	N/A	N/A	N/A
Gestores Públicos	0.09	0.01	0.01	15.71348403
Peso Criterio	0.08			

En la figura 14 se exhiben tres mapas, que reflejan los criterios o problemáticas que afectan el TBC en Panguipulli, cuyo peso ponderado de la problemática refleja el valor del peso promedio asignado por los actores a cada uno de ellos. Para los pesos promedios altos, es decir cercanos a los sectores con una evaluación de riesgo cercana a 1, se expresan mediante las grillas de color rojo mientras que los pesos promedios bajos con una evaluación cercanos a 0, corresponden a las grilla de color azul.

En la comuna de Panguipulli, se localiza la central hidroeléctrica de paso Pullinque, actualmente pertenece a Empresas de Energía de Panguipulli, filial de ENEL, se construyó entre 1958 y 1962, con potencia para la generación eléctrica de 229 GWh, esta obra extrae parte de la cuenca hidrográfica del río huenahue, que se alimenta del Lago Calafquen y creando la laguna artificial de Pullinque, localizada en el sector de Pullinque, al norponiente de Panguipulli.

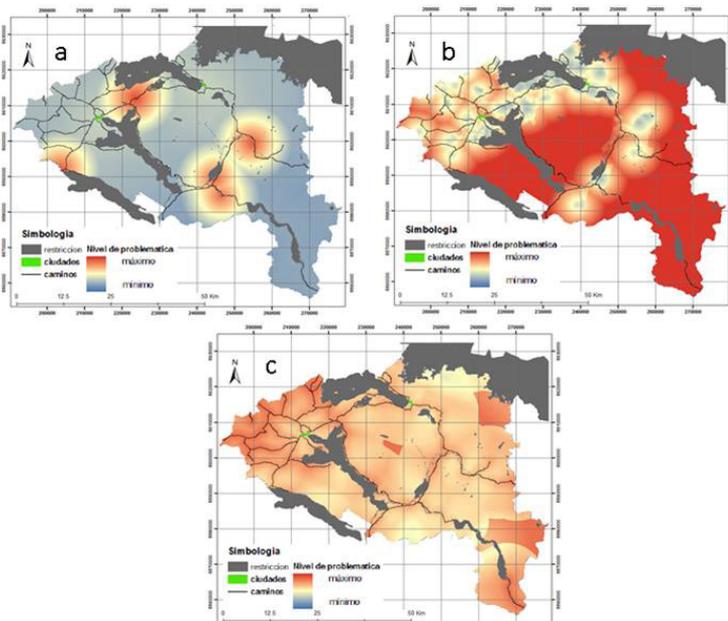
Se evidencian tres proyectos de construcción de centrales hidroeléctricas, los que se incorporaron a este estudio como posibles amenazas para el desarrollo del TBC, los cuales se distribuyen como sigue: Central de pasada Neltume, extensión de la instalación de 20 ha, potencia de generación eléctrica de 1885 GWh anuales, a localizar en el río Fuy entre los sectores de Pirihueico y Neltume, proyecto hidroeléctrico Pellaifa, extensión de la instalación 19 ha, potencia de generación eléctrica de 108 MWh, a localizar en áreas cercanas al lago Pellaifa, extrayendo parte de las cuencas hidrográficas del río Llancahue y Quilalelfu, proyecto hidroeléctrico Liquiñe, extensión a inundar de 18 ha, potencia de generación eléctrica de 20 MWg, a instalar en ubicada en la zona de Reyehueico, algunos kilómetros antes de la localidad de Liquiñe.

Es en torno a estos puntos que se crea una zona bufer de 105 km. Desde donde se intensifican los sectores problemáticos para la instalación de iniciativas turísticas, lo mismo sucede en torno a los lagos, donde se practica turismo masivo y las áreas cercanas a las ciudades, que son indicadores para este estudio de zonas de especulación inmobiliaria, sin embargo, estas zonas no presentan altos riesgos para esta actividad turística, esto se debe a los pesos ponderados promedios cuantificados son bajos, de 0.09 y 0.1 respectivamente.

La Figura 14 Exhibe tres mapas temáticos donde se reflejan explícitamente los criterios de Conflictos Productivos, Organización Comunitaria y Falta de Infraestructura Turística que limitan el desarrollo del TBC en la comuna de Panguipulli de la Región de Los Ríos, señalar que las zonas de color rojo pertenecen a las áreas territoriales que presentan mayores problemáticas cuyas grillas tienen un valor cercano a 1 y las zonas de color azul pertenecen a aquellas zonas que presentan menores problemáticas cuyas grillas tienen un valor cercano a 0.

Agregar que la determinación de las zonas problemáticas en los mapas, se realizó en base a la evaluación jerárquica de pesos ponderados promedios determinada por los tipos de actores en conjunto con el procesamiento de las capas y datos geográficos que fueron seleccionadas para exhibir los criterios y subcriterios seleccionados como problemáticas que intervienen en el TBC, las que fueron ingresados y transformados en el Software Arc Gis, como también tratados y modelados en el Software Idrisi versión selva.

Figura 14. Mapas de los criterios que afectan el desarrollo de Turismo de Base Comunitaria en la comuna de Panguipulli.



El mapa A de Conflictos Productivos, exhibe que en la comuna de Panguipulli las zonas de mayor riesgo para el desarrollo de TBC, se encuentran en torno a los terrenos cercanos a los 5 Proyectos Hidroeléctricos, estos son la central hidroeléctrica de paso Pullinque, que pertenece a Empresas de Energía de Panguipulli, filial de ENEL, construida entre 1958 y 1962 con potencia para la generación eléctrica de 229 GWh, esta obra extrae parte de las cuenca hidrográfica del río Huenahue que se alimenta del Lago Calafquen y creó la laguna artificial de Pullinque, localizada en el sector del mismo nombre, al suroriente de la comuna de Panguipulli se encuentra la Central hidroeléctrica de paso San Pedro ubicada en el río San Pedro, a 15 km de Riñihue comuna de Los Lagos de la Región de Los Ríos. A su vez existen tres proyectos de construcción de centrales hidroeléctricas, las cuales se incorporaron a este estudio como posibles amenazas para el desarrollo del TBC, los cuales se distribuyen como sigue: central de pasada Neltume<sup>1</sup>, extensión de la instalación de 20 ha, potencia de generación eléctrica de 1885 GWh anuales, a localizar en el río Fuy entre los sectores de Piriñueico y Neltume, proyecto hidroeléctrico Pellaifa, extensión de

<sup>1</sup> Este proyecto hidroeléctrico actualmente ha sido cancelado ya que la empresa no cuenta con los derechos de agua necesarios para la proyección de los volúmenes de agua proyectados para la central hidroeléctrica. A esto se suman los movimientos de las comunidades, organizaciones mapuche y colaboradores que lograron encontrar argumentos y limitantes jurídicas que, finalmente, desencadernaron el fin del proyecto.

la instalación 19 ha, potencia de generación eléctrica de 108 MWh, a localizar en áreas cercanas al lago Pellaifa, extrayendo parte de las cuencas hidrográficas del río Llancahue y Quilalelfu, proyecto hidroeléctrico Liquiñe, extensión a inundar de 18 ha, potencia de generación eléctrica de 20 MWg, a instalar en Reyehueico, algunos kilómetros antes de la localidad de Liquiñe, todas ubicadas en el sector poniente de la comuna.

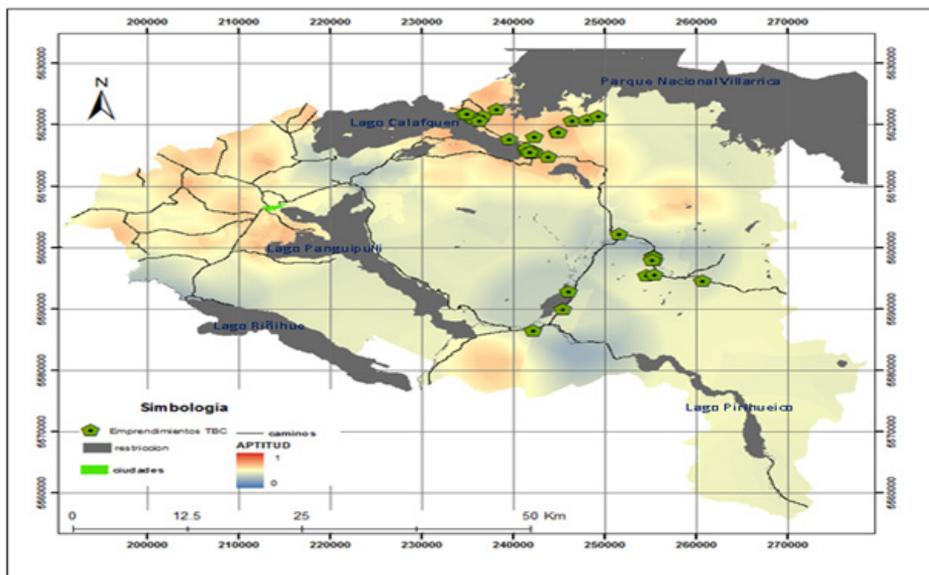
Es en torno a estos puntos que se crea una zona buffer de 105 km, radio en el que se intensifican los sectores problemáticos para la instalación de iniciativas turísticas puesto que este subcriterio fue evaluado con un peso ponderado promedio de 0.7, lo mismo sucede en torno a los lagos donde se practica turismo masivo y a las ciudades donde los terrenos generan especulación inmobiliaria, los dos últimos subcriterios no presentan zonas de altos riesgos para esta actividad turística ya que los pesos ponderados promedios asignados son de 0.09 y 0.1 respectivamente y alcanzan un radio 20.8 y 31.4 km de influencia respectivamente.

El mapa B de Gestión Comunitaria, exhibe que en la comuna de Panguipulli las zonas de mayor riesgo para el desarrollo del TBC, se encuentran en torno a los terrenos cercanos a la Ausencia de Organizaciones Comunitarias, la que fue evaluada con un peso ponderado promedio de 0.7 por los Tipos de Actores y tiene un radio de influencia de 7.65. Situación similar muestra la Ausencia de Terrenos Indígenas que fueron evaluados con un peso ponderado promedio de 0.6 y con un radio de influencia igual a 0. Por último es preciso mencionar que el subcriterio de Presencia de Áreas Protegidas es un subcriterio limitante absoluto para la realización de actividades de Turismo de Base Comunitaria debido a las dificultades legislativas que no permiten a la Comunidad Local hacer uso de estas áreas. Por tanto debido a la baja existencia de estos dos los primeros aspectos y la presencia en la zona de dos áreas protegidas es el mapa de Organizaciones Comunitaria exhibe la mayor parte de la comuna con presencia de problemáticas para el desarrollo del TBC y solo exhibe zonas aptas para ejecutar iniciativas de esta índole en el área norponiente y centro de la comuna de Panguipulli, es decir en torno a donde se encuentran georreferenciadas las Organizaciones Comunitarias y los Terrenos Indígenas.

El mapa C de Falta de Infraestructura Turística, exhibe que en la comuna de Panguipulli las zonas de mayor riesgo para el desarrollo del TBC, se encuentran en torno a los terrenos cercanos a la Ausencia de Caminos, la que fue evaluada con un peso ponderado promedio de 0.3 por los Tipos de Actores y que exhibe un zona buffer de influencia en torno a este subcriterio, de distancia mínima de 2.27 km y de distancia máxima de 10 km. En tanto que los dos subcriterios restantes no presencia mayor influencia dentro de las problemáticas porque sus pesos ponderados promedio son bajos tomando los valores de 0.3 la variable de Presencia de Atractivos Turísticos con radio de influencia para el primero de 12.25 km y 0.1 la variable de Empresas Formalizadas, la que por ser de naturaleza factorial no

presenta radio de influencia en distancia. Por tanto debido a la baja influencia en áreas de estas variables, este criterio no presenta terrenos con alta presencia de problemáticas.

Figura 16. Mapas de aptitud para el desarrollo de Turismo de Base Comunitaria en la comuna de Panguipulli, Región de Los Ríos.



En cuanto a las zonas de aptitud para el desarrollo del Turismo de Base Comunitaria, este mapa se obtuvo integrando y tratando los datos estadísticos de los valores promedios mínimos, la distancia mínima de influencia y los pesos ponderados promedios de los subcriterios en conjunto con las capas y datos geográficos de tres criterios ya tratados en el software Idrisi versión selva y mejorado en su diseño en el software ARC Gis, donde se obtuvo que las zonas más aptas para el TBC en la comuna de Panguipulli, corresponden a las zonas de color rojo, cuyas grillas se acercan al valor de 1, las cuales se localizan en la zona norte intermedia, en la zona norponiente y las zona sur bajo el lago Panguipulli mientras que las zonas con menor aptitud para desarrollar TBC en la Comuna de Panguipulli, cuyas grillas se acercan a valor 0, se localizan en las zona interior media, en la zona este y zona sur poniente del área de estudio casi al colinde administrativo con la comuna de Los Lagos. Según lo anterior, los terrenos que presentan mayor extensión en

la comuna de Panguipulli de la Región de Los Ríos corresponden a las áreas que poseen aptitud media a alta para el desarrollo de Turismo de Base Comunitaria. Datos geográficos que evidencian una oportunidad para fomentar el desarrollo de este tipo de turismo.

En cuanto a la ubicación de los actuales emprendimientos que se encuentran trabajando en Turismo de Base Comunitaria 14 de ellos se encuentran localizados en zonas con alta aptitud y 11 de ellos se encuentran localizados en zonas de baja aptitud para la ejecución del TBC, según los criterios y subcriterios que intervienen en la aptitud en el territorio donde se realizó la investigación.

### **Conclusiones y discusión**

Aplicar técnicas de ordenamiento territorial a la planificación turística sirve para focalizar la toma de decisiones, sin embargo, el uso de estas técnicas necesita de base de datos geográficos, los cuales actualmente que son escasos ya que no han sido sistematizados por las instituciones gubernamentales como privadas que están encargadas de fomentar y gestionar la actividad turística en la comuna de Panguipulli de la Región de Los Ríos.

Al finalizar el análisis territorial reflejado mediante los mapas, es posible afirmar que no existe la aptitud 0 para desarrollar Turismo de Base Comunitaria. Esto se debe a que las problemáticas evaluadas son contrarrestables por las mismas iniciativas y la gestión organizacional comunitaria de las Comunidades Locales.

Asimismo, las respuestas poseen bajos grados de acuerdo, lo que se debe al reducido tamaño de la muestra a la que se le aplicó la metodología, la diferencia en opiniones según los Tipos de Actor y al uso diferenciado de los recursos naturales y culturales. Esta misma situación se da para explicar la alta variabilidad de Los Atractivos Turístico, subcriterio que presenta parámetros entre un 76.8% para el valor mínimo y 112.2% para la distancia y 100.9% para el peso ponderado promedio.

Para estudios posteriores es recomendable diferenciar cada tipo de TBC según los recursos que lo sustenten. Así, se reduciría la variabilidad en las valoraciones por tipos de actores ya que se detectó una diferencia en la percepción entre los distintos tipos de actores, particularmente entre la Comunidad Local y los demás. La Infraestructura turística fue evaluada como el criterio menos importante en la aptitud de un territorio (9%), esto se debe al manejo que este aspecto dentro de un territorio turístico.

La mayor parte de los emprendimientos de TBC (22) están ubicados en zonas aptas. Sin embargo, existe un número importante de emprendimientos (11) ubicados en zonas con baja aptitud.

Por último el análisis espacial es una técnica aplicable al TBC debido a que otorga una visión sinóptica de las problemáticas que limitan el desarrollo de este tipo de turismo en la comuna de Panguipulli de la Región de Los Ríos y se cumple el objetivo de complementar la planificación y el ordenamiento territorial turístico, mediante el uso de estas herramientas.

### **Bibliografía**

Brida, Pereira, Such Devesa y Zapata Aguirre, 2008. La contribución del Turismo al Crecimiento Económico, revista electrónica: Cuadernos del Turismo, volumen N°22, página 35-46, recuperado en <http://revistas.um.es/turismo/article/view/47931/45901>.

Henríquez, C., Zechner, Talita y Sampaio, Carlos A. 2010. Turismo y sus interacciones en las transformaciones del espacio rural. Rev. Austral cienc. soc., no.18, p.21-31.

Henríquez, Christian.; Pilquiman, M.; Skewes, J.C.; Sampaio, C.A.C. 2011. Culturas originarias e turismo: una experiencia de turismo comunitario en el mundo Mapuche, Tralcao, Sur de Chile. Revista Brasileña de Ecoturismo, São Paulo, v.4, n.4, p. 498. 2012.

Pacheco, Guillermo; Castaing, Juan Carlos Edit. 2014. La Gestión de Destinos en la Región de Los Lagos: Una guía para el Turismo de Intereses Especiales. Universidad de los Lagos /CORFO. Ediciones Departamento de Gobierno y Empresa de la Universidad de Los Lagos, Puerto Montt, Chile. Abril de 2014.

Pacheco, Guillermo 2015. Turismo de Base Comunitaria y procesos de gobernanza en la comuna de Panguipulli: Un análisis comparativo con la experiencia brasileña. En IV Congreso de Cultura y Educación para la Integración de América Latina –“el Buen Vivir”, en la Mesa denominada “Turismo, Territorio y Comunidades: Mirada intercultural para el desarrollo incluyente, sustentable y sustentado”. Organizado por el Programa ATLAS y Centro de Estudios de Desarrollo Regional y Local (CEDER) de la Universidad de Los Lagos, Chile, junto con Red CASLA CEPIAL y la Fundación para la Superación de la Pobreza.

Pacheco, Guillermo 2015. Turismo Comunitario y Economía Solidaria: Una alternativa de desarrollo local para Panguipulli. En IV Congreso de Cultura y Educación para la Integración de América Latina – “el Buen Vivir”, línea temática Trafkintu (Economía). Organizado por el Programa ATLAS y Centro de Estudios

de Desarrollo Regional y Local (CEDER) de la Universidad de Los Lagos, Chile, junto con Red CASLA CEPIAL y la Fundación para la Superación de la Pobreza.

Pacheco Habert, G.; Henríquez Zúñiga, C. 2016. El turismo de base comunitaria y los procesos de gobernanza en la comuna de Panguipulli, sur de Chile. *Gestión Turística*, núm. 25, enero-junio, pp. 42-6 Universidad Austral de Chile, Valdivia, Chile

Coriolano, Luzia Neide ; Lima, Luiz Cruz (org.) 2003. Turismo comunitario y responsabilidad socio ambiental. Fortaleza: Edecue.

López-Marrero, Tania, González-Toro, Antonio, Heartsill-Scalley, Tamara y Hermansen-Báez, L. Annie. 2011. Evaluación Multicriterio y Sistemas de Información Geográfica para la planificación y la toma de decisiones acerca del uso de terrenos;

Ramírez, Mirta Liliana. 2004. El Método de jerarquías analíticas de Saaty en la ponderación de variables. Aplicación al nivel de mortalidad y morbilidad en la provincia del Chaco.

**Reseña de libro.**

Alejandro de Jesús Morales-Basaldú

Barrera-Fernández, D. Attracting visitors to ancient neighbourhoods: creation and management of the tourist-historic city of plymouth, UK. Goningen: inplanning, 2016.  
Gest. tur, N° 28, julio - diciembre 2017, pp 93 - 96.

---

## Reseña de libro.

BARRERA-FERNÁNDEZ, D. ATTRACTING VISITORS TO ANCIENT NEIGHBOURHOODS: CREATION AND MANAGEMENT OF THE TOURIST-HISTORIC CITY OF PLYMOUTH, UK. GONINGEN: INPLANNING, 2016.

**Alejandro de Jesús Morales-Basaldú**

Facultad de Arquitectura, Universidad Autónoma

“Benito Juárez” de Oaxaca (UABJO)

Correo electrónico: [alejandrobasaldu@outlook.com](mailto:alejandrobasaldu@outlook.com)

Actualmente el turismo patrimonial es un fenómeno creciente en muchas ciudades que buscan diversificar su economía en un contexto de crisis y obsolescencia de actividades industriales. Se pueden encontrar numerosos ejemplos de ciudades que han renovado sus áreas históricas tras haber sufrido un proceso de deterioro físico y pérdida de población, buscando además con ello proyectar una imagen urbana más atractiva tanto para turistas como para residentes y potenciales inversores.

Este proceso ocurre en ciudades de todas las latitudes pero se puede observar especialmente en Europa y Latinoamérica, donde se concentran las ciudades históricas que han visto su patrimonio reconocido por figuras de protección nacional e internacional. No obstante, dichas estrategias están siendo utilizadas igualmente por ciudades que poseen un patrimonio cultural menos reconocido. Es así como el autor nos transmite un proceso de regeneración que está siendo adaptado por las ciudades históricas para insertarse en la economía global mediante las actividades relacionadas con el turismo urbano y cultural.

El libro se estructura en siete capítulos. En el primero de ellos el autor aborda la importancia del patrimonio mediante su definición, la evolución que ha presentado el concepto en la doctrina internacional y su contextualización en el fenómeno diferenciado de la ciudad histórica.

En el segundo capítulo el Dr. Daniel Barrera-Fernández plantea las características y usos turísticos de la ciudad histórica en Europa, enfatizando en los valores de la estética e historicidad como pilares que caracterizan a los barrios antiguos y que dan pie a la identidad colectiva. En relación con el uso turístico de las ciudades históricas, se plantea un recorrido por su evolución y transformaciones, destacando el interés creciente en las cartas internacionales desde la década de 1970 debido al incremento de las actividades destinadas a los visitantes basadas en el patrimonio cultural.

En el tercer capítulo el autor hace una aproximación al caso de estudio: la ciudad de Plymouth, que se encuentra al sur de Devon, Inglaterra. Gracias a su peculiar ubicación, la ciudad constituyó históricamente un refugio a la entrada del Canal de la Mancha desde el Océano Atlántico, este hecho hizo que se consolidara a lo largo de los siglos como una base naval de primer orden, manejando los accesos atlánticos al Reino Unido y al norte de Europa. Por otra parte, la ciudad fue sede de varios puertos de relevancia en materia de emigración y comercio. En el ámbito turístico, debido a sus propios recursos la ciudad es un foco de atracción de visitantes desde el siglo XIX.

En el capítulo cuarto se muestra la protección de patrimonio urbano en la ciudad histórica de Plymouth. Este capítulo está dividido en dos partes, la primera parte presenta un análisis de la evolución de la preservación y gestión de la ciudad histórica de Plymouth, la segunda parte es un estudio de la situación actual respecto a las áreas de la conservación, que son las delimitaciones de áreas protegidas según la normativa inglesa.

En la primera parte del capítulo se abordan los antecedentes de la preguerra, las consecuencias de la Segunda Guerra Mundial y la planificación de la reconstrucción por el Plan for Plymouth. Se menciona la oposición a la demolición de edificios históricos siguiendo las ideas de John Ruskin y William Morris antes del comienzo de Segunda Guerra Mundial. Un logro importante fue la compra y restauración por suscripción pública de la Elizabethan House, primer edificio efectivamente protegido en la ciudad y salvado de la demolición por ser considerado infravivienda. Es importante mencionar el contexto de antes de la guerra, cuando las condiciones de vida en los antiguos barrios de Plymouth eran extremadamente pobres y la estructura de callejuelas dificultaba el tránsito de automóviles, siendo Plymouth la ciudad más congestionada después de Londres.

---

En la segunda parte del capítulo el autor presenta el marco actual de protección del patrimonio en la ciudad histórica de Plymouth, en la cual se estudia la designación de las áreas de conservación, los registros de patrimonio en riesgo y las medidas de protección del medio ambiente. Actualmente nueve áreas de conservación han sido designadas bajo la Ley de Planificación (Edificios Listados y Áreas de Conservación) de 1990 y regulaciones anteriores en el centro de Plymouth. Presenta graficas generales de las áreas de conservación y se compara el caso con el de otras ciudades. Actualmente en el centro de Plymouth hay 327 edificios protegidos. Hubo tres oleadas principales de designación, la primera fue en el período de 1951-1955 (14%), el segundo y más grande fue en 1971-1975 (44%) y el tercero fue en 1996-2000 (28%).

El quinto capítulo abarca el turismo en la ciudad histórica de Plymouth, empieza con la historia del sector turístico en Plymouth recalcando cuatro etapas: los antecedentes de la preguerra, el daño causado por la guerra, la recuperación de la actividad y los cambios estratégicos de la década de 1960 hasta la década de 1980. El autor menciona que antes de la Segunda Guerra Mundial la ciudad de Plymouth era un balneario clásico, ya que la playa bahía está formada por afilados acantilados de piedra caliza, lo que dificultaba el baño en el mar, pero era atractiva por sus conexiones transoceánicas y sus instalaciones de baño artificiales, que aunque hoy en día muchas han quedado obsoletas y degradadas, constituyen un importante atractivo patrimonial y paisajístico.

En el sexto capítulo el Dr. Daniel Barrera-Fernández presenta cuales son los actores e iniciativas implicadas en la gestión de la ciudad histórico-turística, mencionando que las organizaciones e iniciativas que participan directa o indirectamente manejan un papel en la mejora de cualquier atractivo de un área. Se distinguen cuatro grupos de políticas: el turismo, el planeamiento urbano, el patrimonio cultural y el desarrollo económico, que influye tanto en el mantenimiento y la regeneración urbana como en la conservación del patrimonio construido y en las políticas de promoción del turismo.

En el último capítulo se exponen las conclusiones, en las que el autor destaca la contribución del Plan for Plymouth, que por una parte supuso la sustitución de gran parte del centro de la ciudad pero por otra sirvió para crear un nuevo patrimonio, en este caso en torno a la arquitectura racionalista.

Del libro destacan el análisis del marco de gestión del patrimonio cultural y el turismo en la ciudad de Plymouth, la recopilación de información de todos aquellos actores que guardan relación directa con el turismo y el arduo trabajo de campo realizado en el caso de estudio, para presentar los cambios que han tenido lugar debido a las nuevas actividades turísticas y cómo estos cambios afectan directamente al patrimonio cultural.

Barrera-Fernández, D. Attracting visitors to ancient neighbourhoods: creation and management of the tourist-historic city of plymouth, UK. Goningen: inplanning, 2016.  
Gest. tur, N° 28, julio - diciembre 2017, pp 93 - 96.

---

La investigación realizada por el Dr. Daniel Barrera-Fernández está concentrada en las actividades realizadas en torno al patrimonio tangible de ciudades históricas y en cómo estas dinámicas afectan al patrimonio urbano. Hoy en día el turismo representa una gran fuente de ingresos para muchas ciudades históricas. En el caso de la ciudad de Plymouth en el pasado sufrió grandes crisis que generaron secuelas en la actividad económica, por esta razón se vio el turismo como un recurso importante para recuperar la vitalidad de la ciudad. El autor nos expone como estas actividades han ido evolucionando y como la ciudad se adapta a estas dinámicas.

El libro recalca la defensa y puesta en valor del patrimonio urbano y arquitectónico y la ausencia de planes estratégicos para la gestión de este, así como la falta de equilibrio entre los actores involucrados en la protección del patrimonio para llegar a tener una correcta conservación de los bienes y hacer un mejor uso del mismo en ciudades históricas.

El libro presentado supone una gran aportación acerca de la importancia del patrimonio histórico en las actividades turísticas, el cual debe ser gestionado mediante la formulación de planes para la protección y conservación de los bienes inmuebles. Si bien con el paso de los años esta actividad supone una importante fuente de ingresos para cualquier ciudad histórica, en ocasiones no existe interés por parte de los actores involucrados o no hay un equilibrio adecuado para la conservación del patrimonio histórico, por lo que los beneficios traídos por el turismo pueden resultar perjudiciales en forma de llegada masiva de visitantes y los problemas derivados que cada vez causan un mayor malestar en los residentes de estas dedicadas áreas urbanas.

