

Geografía

mundial del turismo

Geografía

mundial del turismo

Editores

Diego A. Barrado y Jordi Calabuig

A. Artigues, I. Crespo, M.^a M. García, M.^a J. Lago
J. C. Llurdés, R. Navalón, G. K. Priestley, M. Seguí, J. Servera
M.^a P. Such, F. J. Torres, C. Vázquez, M. Vila, M.^a J. Viñals



Revisión estadística: Asensio Martínez Agraz

Cartografía: Julio López-Davalillo

Ilustraciones: Luis M.^a Bilbao

Diseño de cubierta: Manuel Gracia

Reservados todos los derechos. Está prohibido, bajo las sanciones penales y el resarcimiento civil previstos en las leyes, reproducir, registrar o transmitir esta publicación, íntegra o parcialmente por cualquier sistema de recuperación y por cualquier medio, sea mecánico, electrónico, magnético, electroóptico, por fotocopia o por cualquier otro, sin la autorización previa por escrito de Editorial Síntesis, S. A.

© Diego A. Barrado y Jordi Calabuig (editores)

© EDITORIAL SÍNTESIS, S. A.

Vallehermoso, 34. 28015 Madrid

Teléfono 91 593 20 98

<http://www.sintesis.com>

ISBN: 978-84-773885-6-2

Depósito Legal: M. 27.836-2009

Impreso en España - Printed in Spain

ÍNDICE

PRÓLOGO	7		
INTRODUCCIÓN.....	9		
Parte I: EL TURISMO Y EL TERRITORIO		Parte II: LOS TIPOS DE TURISMO	
1. UN FENÓMENO A ESCALA MUNDIAL .	13	4. TURISMO DE ESPACIOS LITORALES E INSULARES	91
<i>M.ª J. Viñals Blasco</i>		<i>A. Albert Artigues</i>	
1.1. Los flujos turísticos.....	14	4.1. El turismo litoral e insular.....	92
1.2. Regiones emisoras	18	4.2. Distribución mundial del turismo litoral	106
1.3. Regiones receptoras.....	21	4.3. El turismo de cruceros	115
		4.4. El turismo lacustre.....	121
2. LA HISTORIA DEL TURISMO	31	5. TURISMO EN ESPACIOS DE MONTAÑA Y NATURALES	123
<i>M.ª J. Viñals Blasco</i>		<i>D. A. Barrado Timón y M. Vila i Nardi</i>	
2.1. La perspectiva geográfica.....	32	5.1. Antecedentes y precisiones conceptuales	124
2.2. Breve reseña histórica del turismo ...	32	5.2. Turismo de nieve y estaciones de esquí	128
2.3. Geografía de los transportes: el papel de los medios y la infra- estructura de transporte	36	5.3. Turismo deportivo y de aventuras en la naturaleza	137
		5.4. El ecoturismo.....	141
3. LA VOCACIÓN TURÍSTICA DEL TERRITORIO	61	6. TURISMO URBANO.....	151
<i>M. Seguí Llinàs y J. Servera Nicolau</i>		<i>G. K. Priestley y J. C. Llurdés i Coit</i>	
3.1. Los valores del clima.....	62	6.1. Turismo urbano: aspectos generales	152
3.2. Los valores del paisaje como recurso turístico	72	6.2. Algunos productos y destinos	163
3.3. Los valores históricos y culturales ...	79	6.3. Turismo urbano en España.....	169
3.4. Otros valores	85	6.4. Reflexión final: el futuro del turismo urbano.....	183
3.5. Conclusión.....	86		

7. TURISMO EN ESPACIOS RURALES	185	10.3. El Mediterráneo	336
<i>M.^a P. Such Climent y M.^a Mar García</i>		10.4. Los espacios insulares mediterrá-	
<i>Carretero</i>		neos	355
7.1. Turismo en espacios rurales	186	10.5. Europa Alpina	363
7.2. Turismo étnico	206	10.6. Europa Central y Danubiana	374
7.3. Turismo residencial	216	10.7. Los Confines de Europa	383
7.4. Conclusiones	221	10.8. Perspectiva global de las regiones	
		de Europa	387
Parte III: LAS REGIONES TURÍSTICAS			
8. AMÉRICA DEL NORTE	225	11. ÁFRICA	389
<i>M.^a J. Lago Ávila, C. Vázquez Varela</i>		<i>D. A. Barrado Timón</i>	
<i>y D. A. Barrado Timón</i>		11.1. La región mediterránea	393
8.1. El Gran Norte	230	11.2. Las Islas Canarias y Madeira	397
8.2. Las Rocosas y las Cuencas Interiores.	232	11.3. El Sáhara y el Sahel	400
8.3. La costa del Pacífico estadounidense.	237	11.4. África ecuatorial húmeda: la Costa	
8.4. Llanuras americanas	243	Atlántica y la Cuenca del Congo	405
8.5. El entorno de los Grandes Lagos	246	11.5. Del Índico al Gran Rif africano	408
8.6. Los Apalaches y la Costa Atlántica ..	249	11.6. África Austral	412
8.7. El Golfo de México	257	11.7. Conclusiones	417
8.8. México	260	12. ASIA	419
9. AMÉRICA DEL SUR Y CENTRAL	267	<i>R. Navalón García y F. J. Torres Alfosea</i>	
<i>J. Calabuig Tomás</i>		12.1. Asia Sudoccidental: Próximo	
9.1. El Istmo americano	270	Oriente y Oriente Medio	422
9.2. Antillas	276	12.2. El entorno indostánico	431
9.3. Las cuencas septentrionales		12.3. Siberia y Asia Central	437
de América del Sur	282	12.4. El Lejano Oriente	441
9.4. Los Andes y la costa del Pacífico	286	12.5. El Sudeste Asiático	453
9.5. La región amazónica	296	13. OCEANÍA	461
9.6. La cuenca del Paraná	300	<i>I. Crespo Antón</i>	
9.7. La región de La Plata	303	13.1. Australia	465
9.8. Patagonia	307	13.2. Nueva Zelanda	473
9.9. América Oriental	311	13.3. Melanesia	478
10. EUROPA	315	13.4. Micronesia	483
<i>I. Crespo Antón</i>		13.5. Polinesia	486
10.1. Europa Nórdica	319	BIBLIOGRAFÍA	495
10.2. Europa Atlántica	325		

PRÓLOGO

Desde la aparición a finales del XVIII y principios del XIX de los primeros flujos turísticos, hasta la consolidación a mediados del XX del turismo de masas o *fordista*, un elevado número de regiones se han ido convirtiendo en destinos turísticos, incorporándose progresivamente como periferias turísticas cada vez más lejanas desde las principales zonas emisoras. El resultado es que el turismo hoy, en gran cantidad de países, no es sólo un importante sector económico, sino también una actividad con enorme influencia en la configuración del paisaje y del territorio.

Esta creciente importancia territorial del turismo ha hecho que poco a poco la Geografía le haya ido prestando atención como agente geográfico, incorporando su análisis al de otras actividades humanas que, como la agricultura, la industria o la urbanización, eran objeto tradicional de estudio de esta ciencia. Así, aunque aún con deficiencias, existe ya un importante bagaje científico en el análisis geográfico del turismo, que queda perfectamente reflejado en este libro con toda su complejidad, y que permitirá al lector y al estudiante adentrarse en uno de los aspectos más sugerentes y novedosos de la actividad turística y de la ciencia geográfica.

Pero la influencia de la actividad turística en el territorio no se da en una sola dirección, sino que en realidad se trata de una relación de ida y vuelta. Efectivamente, el territorio y sus recursos, imagen, percepción, etc., son aspectos de enorme influencia en el sector turístico, y de gran importancia para el éxito o el fracaso de los diversos destinos y productos, con lo que su correcta planificación y gestión es indispensable en un sector cada día más competitivo y preocupado por la calidad.

Por tanto, a la dimensión estrictamente científica de la Geografía del Turismo, dirigida a analizar las relaciones y efectos espaciales que provoca la actividad turística, hay que incorporar otra eminentemente práctica y operativa, destinada a formar profesionales y expertos en la gestión y la planificación de los aspectos territoriales y medioambientales del sector. Este libro atiende ambos compromisos, el del conocimiento científico y el de la formación de profesionales, el teórico y el práctico, además de otros compromisos educativos nuevos generados por los recientes cambios en los estudios de Turismo en todos sus niveles.

Diego A. Barrado Timón

INTRODUCCIÓN

Desde mediados de los años noventa, los estudios superiores de Turismo han ido poco a poco integrándose en la Universidad española, superando definitivamente un período durante el cual la formación en la principal actividad de nuestro país estaba al margen de la educación universitaria.

En este nuevo contexto, la inserción de la formación geográfica dentro del currículo de los Diplomados en Turismo ha cobrado, aunque con muchas deficiencias, un mayor protagonismo. De la tradicional *Geografía del Turismo* que se impartía a los Técnicos en Empresas y Actividades Turísticas (TEAT), con una presencia casi testimonial en el número de créditos y horas lectivas, se ha pasado a la existencia de una asignatura troncal de nueve créditos denominada *Recursos Territoriales Turísticos*, que en las distintas universidades que imparten la Diplomatura se ve completada, vía obligatoriedad u optatividad, con un número muy variado de asignaturas y descriptores temáticos: *Geografía del Turismo*, de ámbito mundial, nacional o regional; *Geografía del Ocio y el Turismo*; *Análisis Territorial Turístico*; *Planificación Territorial del Turismo*; *Ordenación y Gestión del Espacio Turístico*; etc.

En realidad estamos asistiendo a la aparición de un nuevo perfil profesional para los diplomados en Turismo, como es el de planificador, aun cuando siga dominando la tradicional visión economicista dirigida a formar empresarios y gestores. Esta nueva dirección y apuesta formativa denota un cambio sustancial y de amplio espectro en la concepción del turismo, que ya no es entendido, de forma restrictiva, sólo desde un punto de vista económico, por lo

que su planificación ya no puede recaer sólo en el empresario, sino que existe espacio para otros profesionales a partir de aportaciones más analíticas desde la Geografía, la Historia del Arte, la Sociología o el medio ambiente.

En este nuevo contexto, la formación geográfica en sentido amplio es de vital importancia, dado que aspectos como la calidad o la competitividad de los productos turísticos se apoyará cada vez más en la calidad y diversidad de sus recursos territoriales, paisajísticos y ambientales; así como en la correcta gestión de los destinos entendidos conjuntamente como el ámbito de producción y disfrute del turismo y del ocio.

Este manual pretende cubrir nuevas exigencias en cuanto a metodología y contenidos, dado que la mayoría de las aportaciones hasta ahora existentes en nuestra lengua o bien eran traducciones que no se adaptaban a las necesidades formativas y curriculares de los estudiantes españoles, o bien estaban concebidas en un contexto diferente al explicitado más arriba.

Así, aun cuando predomina el enfoque regional, se supera el planteamiento exclusivamente descriptivo para pasar a un nivel analítico, que permita conocer cómo se han generado, con sus diferencias espaciales y temporales, los distintos productos y modelos turísticos. De este modo, es posible trascender el mero análisis de la realidad para pasar a realizar aportaciones metodológicas y propuestas de planificación y gestión del espacio turístico y de los recursos geográficos.

Con este fin, el libro se ha dividido en tres grandes bloques: el primero, que consta de los tres primeros capítulos, estudia el turismo como fenómeno espacial, con un contenido analítico que permita conocer las complejas relaciones que se establecen entre turismo y territorio.

El segundo, que va del capítulo cuarto al séptimo, estudia los distintos tipos de turismo (litoral, urbano, de naturaleza, etc.) y sus variantes en cuanto a entendimiento y consumo del territorio, con el fin de valorar sus consecuencias e impactos, tanto positivos como negativos, a la hora de establecer los diferentes ámbitos y políticas de intervención de acuerdo con diversas expectativas de futuro.

El tercer y último bloque es la aproximación regional, cuyo objetivo es conocer cómo los distintos tipos de turismo han ocupado el espacio, generando una enorme diversidad de modelos, territorios y paisajes turísticos, a los que corresponderán a su vez diferentes formas de gestión, actuación y tratamiento. En esta parte se ha evitado la aproximación exclusiva a partir de unidades administrativas, dado que en muchos casos no sirven para diferenciar los distintos modelos turísticos; sin embargo, es obvio que las diferencias nacionales o regionales también condicionan el uso turístico del territorio, con lo que inevitablemente se encontrarán presentes.

Esta concepción pretende cubrir a diferentes niveles un ámbito que va desde lo descriptivo a lo metodológico y propositivo, pasando evidentemente por el análisis, lo que significa que el público objetivo de esta obra es muy amplio. Puede satisfacer las expectativas formativas de los Ciclos Superiores de Formación Profesional en Hostelería y Turismo de la actual Diplomatura y futura Licenciatura y de Geografía.

Pero también puede servir de apoyo, e incluso de instrumento fundamental, a profesionales del mundo de los viajes, la planificación y la gestión del turismo, como instrumento único o como punto de partida para profundizar en un amplio espectro de temas y contenidos relacionados con el turismo y el territorio.

Con el fin de cubrir estos ambiciosos objetivos, se ha contado con un amplio plantel de profesores universitarios y profesionales del turismo, procedentes de muy diversas temáticas y ámbitos territoriales. De este modo ha sido posible compatibilizar un esquema y planteamiento unitario con una gran diversidad de aproximaciones conceptuales, metodológicas y temáticas, reflejo de la complejidad que actualmente presenta la Geografía del Turismo.

Además, el hecho de contar con autores de distintas procedencias (Alicante, Baleares, Barcelona, Castilla-La Mancha, Madrid y Valencia), de universidades tanto públicas como privadas, y de escuelas o facultades diversas (Geografía, Filosofía y Letras, Turismo y Humanidades), ha permitido contrastar, valorar y recoger las diversas aproximaciones y necesidades formativas que hoy día existen en Geografía del Turismo.

Esperamos que tanto el planteamiento comentado como los resultados y contenidos que se ofrecen a partir de este momento sean del agrado del lector, ya sea estudiante, profesor o profesional del turismo. Se trata de un largo esfuerzo, producto de varios años de trabajo y de dilatadas carreras docentes y profesionales que, sin excepción, parten de una pasión por la Geografía como ciencia, junto con el convencimiento de la necesidad de profundizar en las relaciones de ésta con el turismo, por el bien de la actividad en sí y de un patrimonio geográfico de indudable valor territorial, ambiental, cultural y económico.