
Geografia de les modalitats turístiques al món

PID_00239590

Jordi Calabuig
Francesc González
Marta Nel·lo

Temps mínim de dedicació recomanat: 7 hores



Índex

1. El turisme litoral al món.....	5
1.1. El litoral, espai turístic	5
1.2. Les destinacions turístiques litorals	9
1.2.1. La mar Mediterrània	9
1.2.2. El Carib	10
1.2.3. El mar Xina Meridional	11
1.2.4. La resta de destinacions turístiques litorals	12
1.3. Els factors de localització del turisme al litoral	13
1.4. Els tipus d'espais del turisme litoral al món	19
1.5. La controvèrsia ambiental del turisme al litoral	29
1.6. El turisme de creuers	33
2. El turisme en espais de muntanya.....	41
2.1. Quins són els espais turístics de muntanya?	41
2.2. La muntanya i el turisme	44
2.3. Les muntanyes turístiques	46
2.4. El turisme de neu	47
3. El turisme urbà al món.....	53
3.1. Espai urbà, ciutat i turisme	53
3.2. L'espai del turisme a la ciutat	56
3.3. El turisme urbà	58
3.4. La ciutat com a nus de comunicacions	62
3.5. La ciutat com a espai de referència monumental i cultural	64
3.6. La ciutat com a espai de fires i congressos	66
4. El turisme en espais naturals.....	70
4.1. El turisme i la preocupació mediambiental	70
4.2. Les categories d'espais naturals protegits	71
4.2.1. Àrea natural protegida	71
4.3. Els principals espais i mercats internacionals d'ecoturisme	78

1. El turisme litoral al món

1.1. El litoral, espai turístic

Segurament tots heu sentit més d'un cop que el turisme litoral de sol i platja pateix les conseqüències del canvi de gustos de la demanda i que es tracta d'un model turístic passiu (el de les 4S) que s'està esgotant. Dit d'una altra manera, els comentaris de després de vacances tendeixen a ser més del tipus: "A quina casa rural us heu allotjat? O quins esports d'aventura has practicat?", que no pas el tradicional: "On has aconseguit aquest bronzejat?".

Certament no es pot negar que els "nous turismes" desplacen part dels visitants del segment de platja, que fan reformar les pautes de lleure i els equipaments de les destinacions de sol i platja i que les guies especialitzades i literatura promocional estan moltíssim més diversificades quant a presentació de productes que dues dècades enrere, on les platges eren el producte més habitual. No obstant això, les platges s'omplen i, amb molta seguretat, ho continuaran fent durant molts anys més.

Algunes xifres fan entendre que les platges es continuaran omplint:

- Els viatges a destinacions de sol i platja han crescut un 18% en el quinquenni 2010-2014. Aquesta categoria segueix liderant el turisme mundial amb una quota de mercat del 28% de tots els viatges de lleure, per sobre dels circuits (23%) i productes de ciutat (20%).
- Segons una enquesta de l'Eurobaròmetre realitzada l'any 2013, a l'hora d'escollir una destinació de vacances, el 46% dels europeus situa el sol i la platja com a primera motivació, i aquesta motivació és força estable en els diferents grups d'edat.
- L'any 2020, segons l'OMT, 345 milions de turistes (un 22% de les arribades mundials) viatjaran a les ribes de la Mediterrània cercant fonamentalment la modalitat de sol i platja.
- L'any 1965 a França el 34% dels dies de vacances es passaven al litoral, per contra l'any 1993 ja ascendia al 39%.
- Només el Club Mediterranée disposa de múltiples centres de vacances costaners desplegats arreu del món. A la primèria dels anys noranta disposava de més d'un centenar de viles de vacances, 70.000 llits turístics, quatre filials (Club Med, Valtur, Club Aquarius i Maeva) i uns dos milions de clients anuals (Cazes, 1992).
- A Bèlgica el 53% de l'allotjament turístic es concentra al litoral; a Bulgària i Romania representen el 60%; el 70% a l'ex-Iugoslàvia; el 83% a Tunísia i el 90% a Grècia (Urbain, 2002).
- A França, segons el *Conservatoire du littoral*, s'urbanitza cada any un 1% dels espais naturals existents al litoral.
- Les platges són el principal producte turístic dels Estats Units amb una quota de mercat del 85% i 180 milions de visitants anuals. Es calcula que generen 28,3 milions de llocs de treball i generen anualment entre 54.000-170.000 milions de dòlars en productes i serveis. A Califòrnia les platges generen el 3% de l'activitat econòmica regional (1995) i de les platges depenen mig milió de llocs de treball. L'any 1996 les platges californianes reberen 556 milions de visites amb beneficis directes i indirectes

per valor de 27.000 milions de dòlars. Entre el 1969 i el 1997 es comptabilitzaren una mitjana anual de 52 milions de visites a les platges de Los Angeles.

- Encara avui a l'Estat espanyol, el turisme de sol i platja representa el 70% del negoci turístic.

Més detalladament, alguns dels factors que justifiquen l'afirmació anterior són els següents:

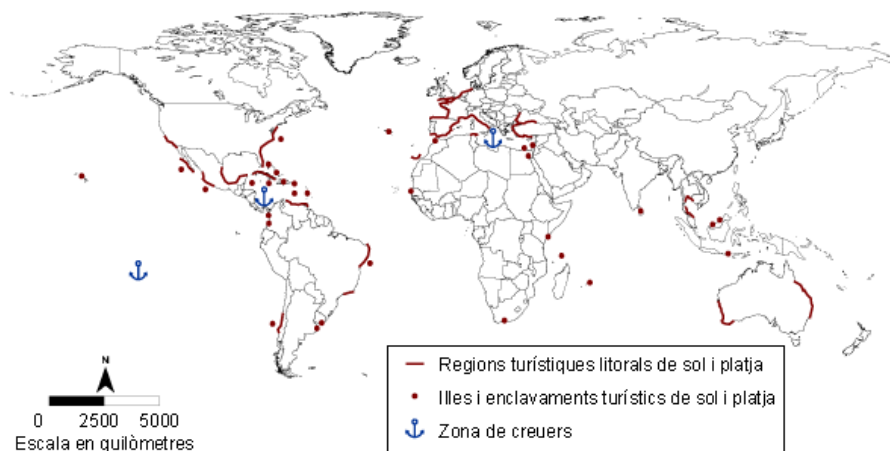
- La demanda turística continua sol·licitant vacances a la platja, tot i que amb tendència a escurçar la llargada de l'estada; per a molta gent que viu a l'interior encara continua essent una forma de vacances original.
- Tot i que en molts països descendeix el nombre de turistes de platja en xifres relatives, també és cert que no deixen d'augmentar en nombre absolut, en sintonia amb el constant creixement del turisme internacional.
- Moltes regions que inicien el seu desenvolupament turístic comencen pel litoral, ja que així els resulta més senzill la captació de clients i l'aprofitament turístic dels recursos. De la mateixa manera els mercats turístics emergents acostumen a prendre el turisme litoral com a modalitat preferent.
- El turisme balneari té una tradició centenària, i malgrat que en l'àmbit regional hi ha espais turístics litorals en transició o que han quedat obsolets, a escala mundial es continuen desenvolupant perifèries noves i espais turístics costaners, de vegades mitjançant el desplaçament de la inversió i de l'experiència adquirida en els espais costaners madurs o saturats.
- Les motivacions turístiques que aposten per un turisme actiu, verd o cultural no sempre són incompatibles amb la platja, sinó que en algunes destinacions costaneres en són complementàries.
- La *talassofília* és una constant en el procés d'urbanització a tot el món i les ciutats i regions metropolitanes es concentren cada cop més al litoral, per la qual cosa possiblement el turisme domèstic costaner augmentarà.
- La recerca de productes nous i fórmules per a acostar-se als mercats nous fa que les destinacions litorals siguin capaces de mantenir-se atractives amb el pas del temps si aconsegueixen articular mecanismes de reestructuració adequats.
- Alguns productes amb un gran potencial de creixement futur, com el turisme de creuers, estan directament o indirectament vinculats amb les destinacions de turisme litoral.

Completant la informació anterior, podem afegir, tot i que només és una dada grollera i no massa significativa, que el 90% de les arribades turístiques internacionals (uns 1.200 milions de turistes) es dirigeixen cap a països que tenen espai litoral (percentatge que es manté en el cas dels països en vies de desenvolupament). És, però, tot el litoral mundial un espai turístic? Ni de bon tros.

El mapa turístic de l'espai costaner mundial desplega una oposició brutal entre buits i plens.

Troblem àrees que s'han especialitzat econòmicament en turisme i que concentren la major part dels fluxos de visitants (illes del Carib, la Mediterrània europea, Florida i Califòrnia) i d'altres regions només "tacades" per centres de vacances amb molt pocs visitants (l'Àfrica subsahariana, l'Amèrica Llatina, l'Àsia i gran part de l'Amèrica del Nord). En una posició intermèdia, amb presència de destinacions, però, que no formen autèntiques regions turístiques o que encara no presenten les grans xifres del primer grup, trobem Austràlia i el Pacífic Sud, el Magrib, l'Orient Mitjà i Turquia, Mèxic i l'Amèrica Central, algunes regions del Sud-est asiàtic i les illes de l'oceà Índic i Pacífic.

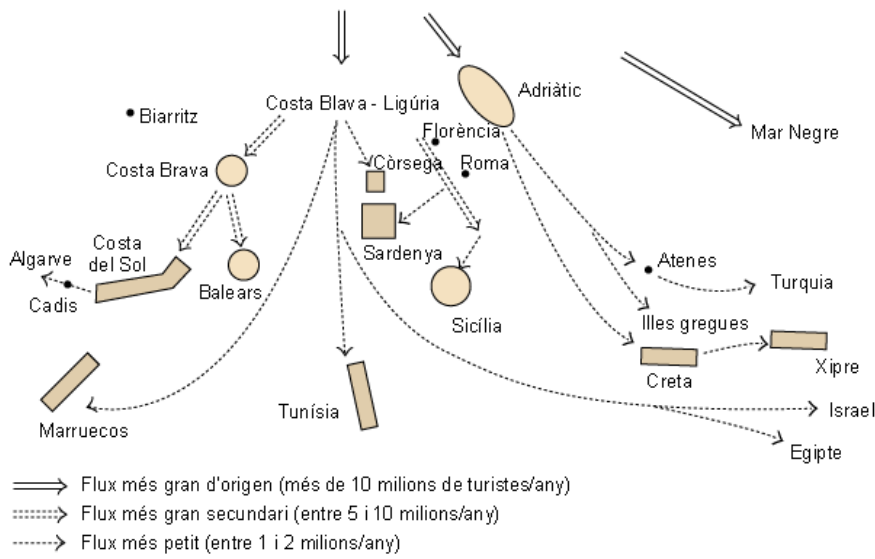
Figura 1. Distribució del turisme litoral al món



Font: Elaboració pròpia.

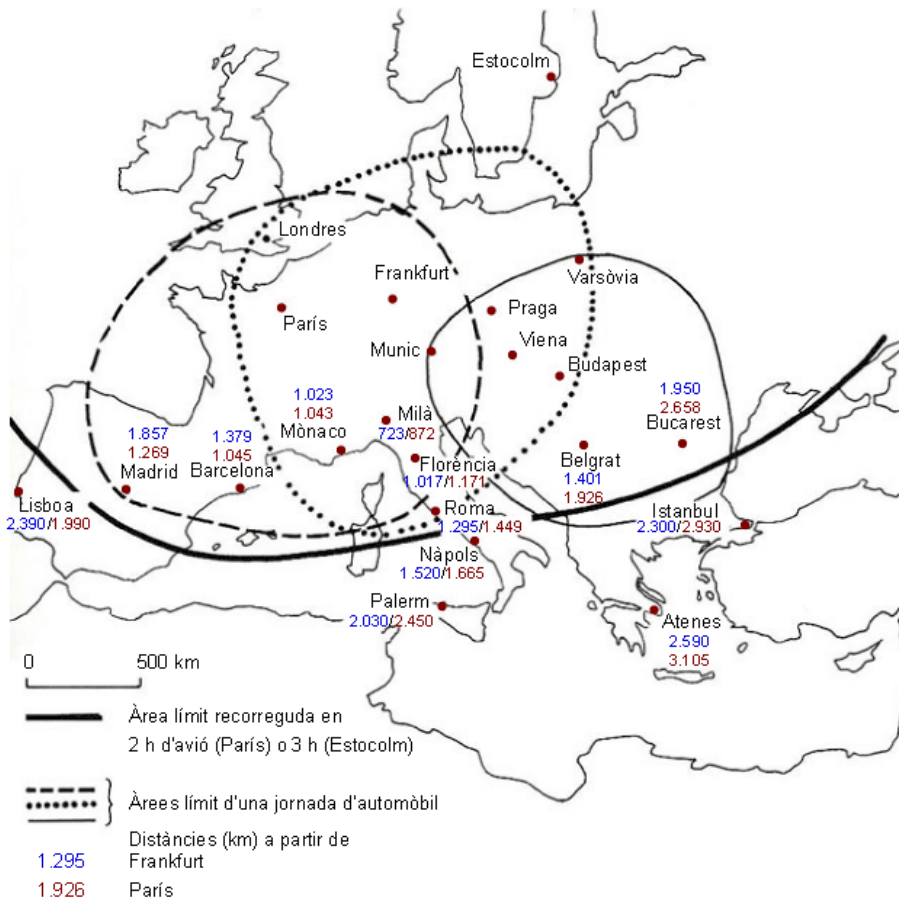
Veiem, doncs, que tot i que tots els continents sense excepció disposen de nuclis de sol i platja, la distribució al món de les destinacions turístiques litorals es concentra principalment en mars relativament petits i tancats: la Mediterrània, el Carib i la mar de la Xina Meridional. La segona característica és el caràcter regional dels fluxos turístics que reben aquestes destinacions (és a dir, que habitualment es cobreixen recorreguts de menys de 3.500 km entre els focus d'origen i de destinació).

Figura 2. Fluxos turístics a la Mediterrània



Font: Lozato (1991).

Figura 3. Isòcrones distància-temps des dels mercats emissors als llocs turístics de la Mediterrània



Font: Lozato (1991).

1.2. Les destinacions turístiques litorals

En el cas de la Mediterrània, aquesta proximitat es tradueix estadísticament en el predomini d'un turisme internacional de procedència molt variada, atesa la nombrosa quantitat de països emissors existents. Al Carib, en canvi, els focus emissors més potents es limiten als Estats Units i el Canadà, mentre que els països europeus hi són menys presents. Les destinacions banyades per la mar de la Xina Meridional presenten algunes diferències espacials, ja que al contrari del que succeeix en les dues conques anteriors, els fluxos turístics no s'orienten solament de nord a sud (amb origen emissor al Japó) sinó també de sud a nord (amb origen a Austràlia i Nova Zelanda). A més, els països d'industrialització recent d'aquesta zona s'incorporen al mercat emissor, amb la qual cosa el turisme regional de proximitat incrementa any rere any.

1.2.1. La mar Mediterrània

La Mediterrània és el focus més potent de turisme litoral a escala mundial. Malgrat que funciona com un conjunt geofísic i turístic ben identificat, no està exempt de clars contrastos entre nord i sud i orient i occident. A grans trets, la ribera nord és molt més turística que la sud, i el paper d'organització regional de l'espai que prenen els seus espais turístics és major. Així, mentre que al nord el litoral pren una disposició gairebé conurbada (especialment al seu sector occidental), la ribera sud presenta molts espais buits que separen les zones turístiques lineals o els enclavaments. Les diferències entre occident i orient són de caire climàtic (més aridesa i rigor termomètric a Llevant), i de capacitat d'oferta (amb un volum molt major a ponent, mentre que a llevant, amb les excepcions de Grècia i Turquia, no hi ha d'altres països turístics de primer ordre mundial en capacitat d'allotjament o nombre de visitants). A més, més de mig segle de desenvolupament del turisme litoral a la Mediterrània permet parlar de diferents generacions d'espais turístics diferenciats per l'etapa en què es troben en el seu cicle de vida.

Els centres turístics tradicionals com els de la Costa Brava i la costa provençal i les costes Lligur, Dàlmata i Adriàtica són les de desenvolupament més antic (la Costa Brava entre Menton i Hyères és la zona pionera i una de les més significatives de la Mediterrània) amb infraestructures importants i equipament turístic, ciutats turístiques amb tradició aristocràtica i densa urbanització de la façana marítima (Cannes, Montecarlo, Niça, etc.), petits nuclis costaners especialitzats com a centres turístics i amb una segona línia formada per poblacions més petites complementària del turisme litoral).

Les costes turístiques relativament noves de la Mediterrània espanyola, el Lluçanès-Rosselló i la costa de la mar Negra (aquestes dues darreres desenvolupades de manera planificada durant els anys seixanta i setanta) s'han desenvolupat posteriorment i s'enfronten a situacions i problemàtiques diverses. Els problemes ambientals i de capacitat de càrrega i l'obsolescència de part de l'estructura turística a Espanya, la dificultat per a complir els objectius de

desenvolupament previstos per la planificació turística al Llenguadoc, o les vicissituds dels centres de la mar Negra en la seva transformació de centres turístics per a la nomenclatura socialista a nuclis turístics que lluiten per a penetrar en els mercats internacionals.

Finalment, durant els anys setanta i vuitanta apareixen les anomenades *costes* o *platges de quarta generació*. Es tracta dels grans complexos hotelers de capital estranger que, fonamentats en una imatge de sol i exotisme, permeten fer el salt cap al turisme internacional a Tunis (Sousa, Djerba, Bizerta, Monastir, Hammamet); dels sectors hispanoportuguesos submediterranis que a causa de la distància que els separava dels mercats emissors europeus havien quedat momentàniament al marge dels fluxos turístics principals (Algarve i la Costa de la Llum); o dels centres balnearis turcs i del Pròxim Orient vinculats al turisme internacional (Antalya, Manavgat –Turquia– o el més recent Sharm el Sheik –Egipte–) i d’altres estacions pensades per a satisfer la demanda de les ciutats grans de la zona com Tel-Aviv, el Caire o Alexandria (Lozato, 1991).

1.2.2. El Carib

El Carib és percebut per molta gent com un espai geogràfic homogeni, i com la regió més dependent del turisme al món. És cert que els indicadors bàsics regionals corroboren aquesta afirmació.

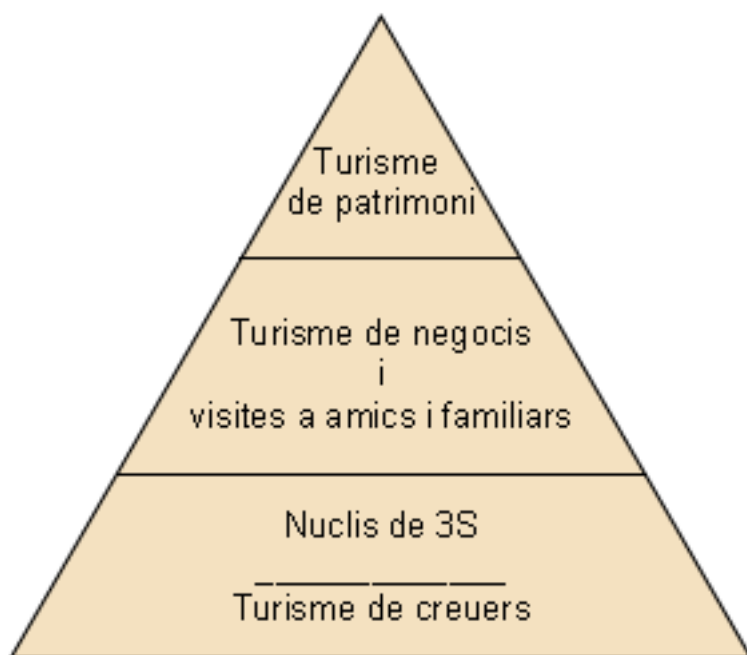
El Carib incloïa, l’any 2014, el 0,5% de la població mundial i el 2,0% de les visites turístiques internacionals, cosa per la qual es dedueix una important sobrerrepresentació turística. A més, concentrava quatre de cada deu turistes de creuers, i el sector turístic representava un 19% de tots els ingressos per exportacions a la regió.

Ara bé, les diferències entre països són considerables. Com a norma general es pot dir que com més petit és el país, i per tant menys recursos naturals i menys diversitat té, tendeix a ser més dependent del turisme. Així dependències holandeses o britàniques com Saint Maarten (a les Antilles holandeses) o les illes Turks i Caicos són autèntiques hiperdestinacions totalment dependents del turisme, mentre que, en l’extrem oposat, en països com Haití o Cuba el turisme només equival al 5-8% de l’economia nacional, xifra d’altra banda gens menyspreable. També el turista que predomina en el conjunt de la regió és l’americà, però no ho és a tot arreu.

Les arribades de turistes procedents dels Estats Units superen el 75% a Puerto Rico, les illes Turks i Caicos, les Bahames, Haití i les illes Caiman; entre el 50% i el 75% a Bermuda, Anguilla, Saint Christopher i Nevis, Jamaica, Belize, Sant Martí i Aruba; entre el 25% i el 50% a Saint Lucia, Trinidad i Tobago, Antigua i Barbuda, la República Dominicana, Saint Vicent i les Grenadines i Grenada; mentre que representen menys del 25% a Dominica, Montserrat, Barbados i Curaçao. Raons d’afinitat cultural i lingüística o la presència de productors i operadors d’un origen concret ajuden a explicar aquesta dinàmica.

Un tercer element de contrast té a veure amb el component perifèric del lleure del Carib. Durant els anys cinquanta i seixanta la coincidència de factors impulsors de la demanda (més temps de vacances pagades, canvis demogràfics, avenços en les tecnologies del transport, etc.) i de factors d'atracció per part de les destinacions (provisió d'oferta i instal·lacions turístiques de 3S de qualitat i clima econòmic receptiu a les inversions) feren que el Carib iniciés el camí cap al desenvolupament, transformant les seves economies locals del sector primari cap al turisme. La lectura donada al Carib com a espai de turisme perifèric que busca sortir del baix nivell de desenvolupament servint els interessos de lleure dels països rics a costa dels seus recursos naturals queda molt menys clara actualment. Mentre que els indicadors socials (com l'indicador de desenvolupament humà) o econòmics (com la renda *per capita*) corroboren la condició de perifèria turística en països com Jamaica, Haití, la República Dominicana o Cuba, altres illes com les Caiman, les Verges, Puerto Rico, les Bahames, les Barbados o Trinitat i Tobago tenen indicadors molt més propers als dels països desenvolupats. No obstant això, la regió en conjunt manté una estructura turística pròpia dels espais amb una important especialització turística, amb una base molt desenvolupada en turisme litoral i creuers, una franja menor de visites informals i de negocis i una estreta cúspide al voltant del turisme de patrimoni, ja sigui històric, cultural o ambiental encara per desenvolupar.

Figura 4. Estructura turística del Carib



Font: Harrison (2001).

1.2.3. El mar Xina Meridional

La tercera gran conca turística (amb més de 100 milions d'arribades turístiques internacionals) és la mar de la Xina Meridional, la de desenvolupament més recent. Els mercats turístics europeus, nord-americans i japonesos s'orienten fonamentalment cap a Singapur, les Filipines, Tailàndia, mentre que Indonèsia

sia i Malàisia participen més dels mercats intraregionals de proximitat. Els dos països que han liderat l'emergència en turisme litoral, Indonèsia i Tailàndia, tenen centres de clara dimensió internacional admirats pel seu exotisme i bellesa paisatgística (per exemple, Nusa Dua i Samur a Bali) i centres hotelers de turisme internacional com les platges de Pattaya al golf de Siam. El creixement ràpid de la demanda i la densificació d'alguns d'aquests nuclis han motivat la diversificació de l'oferta amb l'aparició d'altres destinacions (Sulawesi, Biac o Lombok a Indonèsia, Phuket i So Kamui a Tailàndia). A Malàisia els centres turístics costaners es localitzen al litoral occidental (Penang, Langkawi, Melaka) i a l'illa de Tioman. Més enllà del sol i la platja, el turisme sexual és freqüent en determinades destinacions costaneres de Tailàndia i les Filipines en diferents formats i intensitats d'explotació, i també varietat de participants.

1.2.4. La resta de destinacions turístiques litorals

La resta de les destinacions turístiques litorals es localitzen molt més dispersament sobre el planeta i cau en intensitat de visitants. Les excepcions són les costes americanes atlàntiques (amb molts milions de visitants a centres com Atlantic City, Norfolk o Portland, molt vinculats als residents de les metròpolis properes) i del Pacífic (la principal zona de turisme litoral americana amb centre tradicionals i mediàtics com Malibú, Santa Mònica, Venice o Long Beach), la península de Florida (desenvolupada d'esquena al mar basant-se en centres hotelers amb piscina i aglomeracions de parcs temàtics i centres d'entreteniment), i Mèxic, tant la part del Pacífic (la Baixa Califòrnia, molt vinculada al turisme nord-americà, Acapulco, Puerto Vallarta, Mazatlán, Manzanillo) com la part del Carib (Cancún, les illes Cozumel i Mujeres) a cavall dels mercats europeus i nord-americans. D'altres excepcions són Hawaii (15 milions d'arribades turístiques internacionals l'any 2014), Austràlia (6,9 milions de visitants) i el conjunt d'illes atlàntiques de Canàries, Madeira i les Açores (uns 13 milions de visitants).

Hawaii és el principal centre turístic del Pacífic amb una demanda centrada gairebé en exclusiva en americans i japonesos, el 80% del total de visitants). Per la seva banda, a Austràlia el turisme costaner es desenvolupa a la Gran Barrera de Corall, on predominen les formes de turisme d'esports aquàtics i submarinisme, les costes Daurada i del Sol Brillant (Gold Coast i Sunshine Coast) amb predomini de les 3S, i, tot i que molt menys, al sector de clima mediterrani al voltant de Perth, al sud-est. A l'Amèrica Central aspectes com la manca d'inversors, la pobresa de molts països, la inestabilitat política existent (encara són recents els efectes de les guerres civils i conflictes armats a la regió) o el predomini d'altres modalitats turístiques expliquen la seva escassíssima aportació al turisme costaner a escala mundial (menys de l'1%).

El subdesenvolupament explica el baix nivell de materialització del turisme litoral a l'Amèrica del Sud. Tot i així existeixen diferents àmbits costaners internacionals de proximitat molt arrelats i populars, encara que, en general, no superen l'abast regional. Al Brasil trobem el sector de platges entre San Salva-

dor de Bahia i Porto Alegre –amb dimensió internacional–, els centres litorals atlàntics de la desembocadura del Paraná (Mar de Plata –a l'Argentina– i Punta del Este a Uruguai). Al Pacífic, d'aigües més fredes per la presència del corrent marítim Humboldt, els centres litorals pràcticament només es localitzen al sector mediterrani xilè (Viña del Mar i Valparaíso).

Les destinacions africanes, exceptuant les de la Mediterrània, són les grans desconegudes a escala mundial i en conjunt no superen l'oferta d'allotjament ni el volum de visitants de ciutats com Palma o Torremolinos. Tot i la diversitat existent, es poden classificar segons si són centres costaners complementaris d'itineraris de turisme natural i safaris: Mombasa, Malindi, Lamu (Kenya), Zanzíbar, Pemba (Tanzània), Ciutat del Cap i Durban (Sud-àfrica); complexos de 3S estàndards: Dakar (el Senegal) o Banjul (Gàmbia); o centres litorals amb la platja com a atractiu principal però que combinen visites secundàries a espais patrimonials, ètnics o ecològics: San Pedro, Abiyan, Bassam (Costa d'Ivori), Lagos (Nigèria), Takoradi o Accra (Ghana).

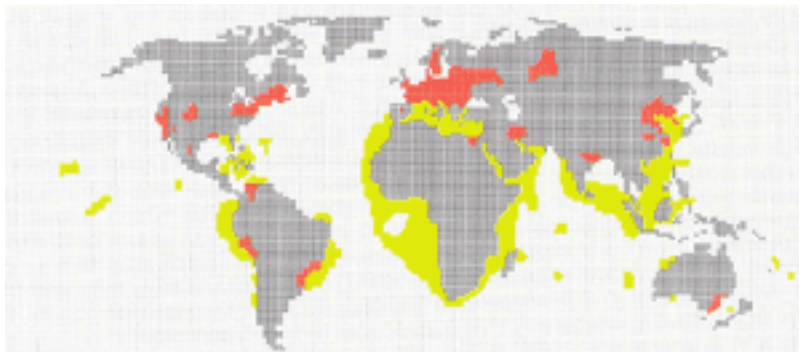
Finalment, trobem forts interessos en turisme litoral a illes com les Maldives i Sri Lanka (en aquesta darrera, però, el sector no s'ha pogut desenvolupar per culpa de les tensions bèl·liques intermitents entre hindús i tàmls) i les illes del Pacífic. Aquestes illes, de costós accés tant en temps com en diners de passatge, es distribueixen en tres grans sectors:

- a) Micronèsia, propera a l'Extrem Orient, amb el major nombre de visitants (35 milions d'arribades turístiques internacionals) i molt vinculades tant en demanda com en inversions al Japó.
- b) Melanèsia, amb 1,0 milions d'arribades, i amb Fiji com a centre de referència, basculant geogràficament i turísticament envers el mercat australià.
- c) Polinèsia, al sud i centre del Pacífic, les més remotes i menys visitades (0,3 milions d'arribades) i vinculades al turisme francès per raons geopolítiques.

1.3. Els factors de localització del turisme al litoral

Com tota activitat humana, la localització del turisme de platja respon a una combinació de factors físics i socioeconòmics. Evidentment, el turisme litoral només pot aparèixer (i aquí passem per alt les platges artificials o d'altres formes de turisme hídric) allí on hi ha mar i platja. Aquesta obvietat té la seva importància si pensem que en el moment de desenvolupar-se el turisme de masses no existia la diversitat de productes i espais turístics actuals sinó que les possibilitats d'implantar o no l'activitat turística passava per l'existència o inexistència d'uns recursos naturals concrets (és a dir, neu o platges). D'aquesta manera, s'entén que els nuclis i regions turístiques pioneres en turisme de masses siguin sobretot espais litorals dedicats al turisme de platja.

Figura 5. Mapa de la contaminació marítima i atmosfèrica al món



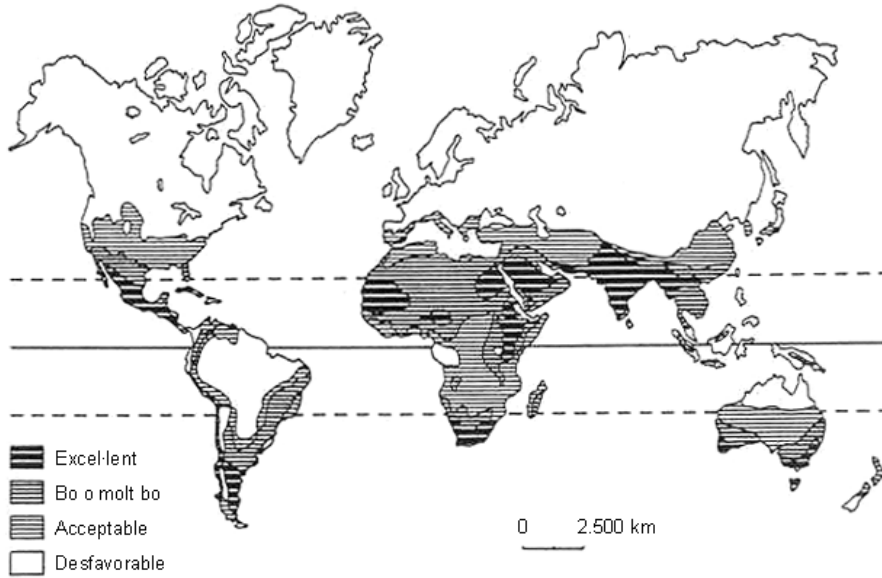
Font: Folch, 2004.

Un dels principals problemes que el turisme de platja afronta és la contaminació de les aigües litorals. La concentració de la població i les activitats humanes a l'estreta franja litoral i a les conques dels rius que hi desemboquen és una constant a bona part del món. L'intens trànsit de vaixells pesats i les deixalles o vessaments que generen complica encara més la contaminació marítima. En el mapa es distingeixen les àrees marítimes més contaminades, en color verd, de les zones amb major contaminació atmosfèrica, en color vermell. Com es pot veure gairebé tots els focus principals de turisme litoral pateixen els efectes de la contaminació costanera.

Igualment, és evident que sense l'accessibilitat ni les inversions necessàries o la captació de suficients turistes l'existència de recursos no es tradueix en un producte turístic de platja. Per tant, els espais turístics de platja prenen significat segons l'habilitat que han tingut per a aprofitar els seus recursos i emprendre accions per a posar-los en valor com a actius turístics.

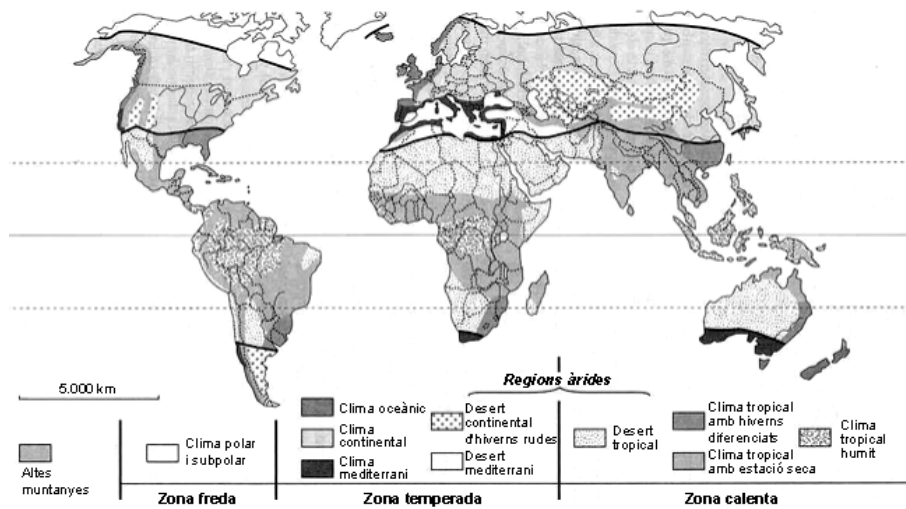
La variable climàtica és fonamental per a entendre la distribució d'espais turístics de platja. Els climes suaus i temperats amb uns nivells d'humitat no massa elevats són els òptims per a les activitats de platja. La situació meteorològica perfecta per al lleure a l'aire lliure queda en la franja entre 20-30°C de temperatura i amb una humitat relativa entre el 20-70%, tot i que per a la platja i la natació en concret la temperatura pot ser suportable fins i tot de 10-15°C més amunt, quedant el nivell d'humitat com a factor clau. En canvi, per sota dels 20°C comença a ser poc apte per a la platja i la natació. Malgrat que en general són afirmacions vàlides, l'existència de "platges fredes" o el paper dels corrents marítics matisen aquestes afirmacions. Les platges fredes són espais de lleure molt importants per a la població, tot i que no es practica el bany i que prendre el sol pot ser més difícil que en platges convencionals.

Figura 6. Situacions climàtiques aptes per al desenvolupament del lleure a l'aire lliure



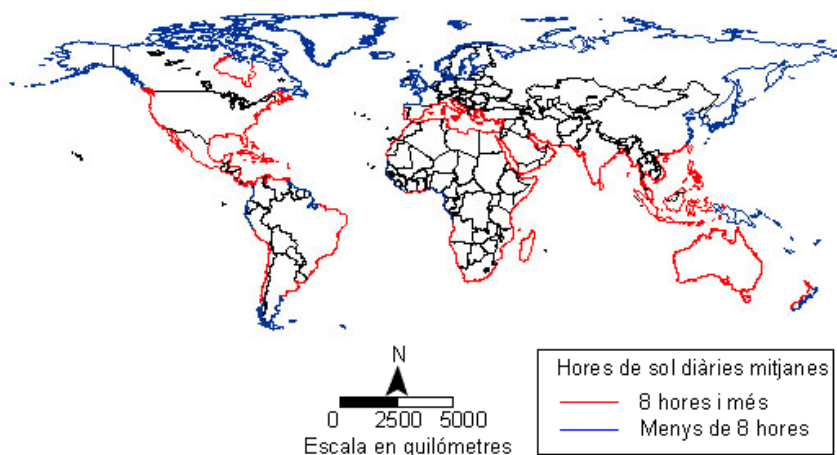
Font: Callizo (1989).

Figura 7. Zones climàtiques mundials



Font: Elaboració pròpia.

Figura 8. Mitjana d'hores de sol diàries a les costes del món



Font: Elaboració pròpia.

Les destinacions d'aigües fredes o platges fredes

Comunament es coneix com a platges fredes les destinacions litorals del nord d'Europa, per oposició a les destinacions de sorra, mar i sol mediterrànies. Aquestes platges fredes, pioneres en turisme litoral, es van desenvolupar al final del segle XIX i van entrar en decadència amb el sorgiment del turisme de masses centrat en la nova perifèria mediterrània. Tant per la naturalesa canviant del turista com per les oportunitats d'atracció i baix cost dels nous espais turístics, les platges fredes van entrar en decadència i es van haver d'enfrontar a processos de millora, regeneració i reestructuració integral. En termes generals, les amenaces que van afectar aquestes estacions turístiques han estat, entre d'altres, les següents (Cooper, 1990):

- la disminució del volum del mercat de vacances domèstic;
- el creixement del nombre de visitants i turistes de baixa capacitat de despesa;
- la competència de les vacances a l'estranger;
- l'escassa atracció pels visitants estrangers;
- l'alta estacionalitat de la demanda;
- l'obsolescència dels equipaments i allotjaments;
- la manca d'atraccions per a temps de pluja i de fora de temporada;
- l'escassa informació i interpretació dels recursos;
- problemes d'accessibilitat i congestió viària;
- l'oposició local dels residents envers el turisme;
- la interferència política en la presa de decisions;
- els problemes de finançament i pressupostaris;
- la manca de professionals ben formats i amb experiència;
- la tendència a la planificació a curt termini i l'escassa reflexió estratègica;
- la manca de confiança en turisme per part de la comunitat empresarial, i
- l'escassa informació per a la recerca existent.

El paper dels corrents marítics pot ser limitant o afavoridor de l'activitat turística litoral. Els corrents marítics, en la mesura que traslladen les condicions de temperatura existents (càlides o fredes) en el lloc en què s'originen, reproduïxen o alteren les situacions tèrmiques de les destinacions per allí on passen.

Exemple

Per exemple, el corrent marítim fred de Benguela impedeix el bany a la costa atlàntica de Sud-àfrica i a Namíbia, costes que, per la seva posició latitudinal, haurien de ser d'aigües càlides. Contràriament a les Canàries, els corrents freds que les banyen suavitzen les condicions de temperatura i aridesa de l'entorn i han contribuït en gran manera al fort desenvolupament turístic d'aquesta regió.

Les característiques geomorfològiques de les costes condicionen també la seva vàlua com a recurs turístic. Es distingeixen dos grans tipus de costes: les d'erosió i les d'acumulació (Barrado i Calabuig, 2001).

El primer tipus respon a costes obertes a les aigües i l'onatge, amb presència de penya-segats i poc espai de platja, de difícil accés i sovint amb presència d'arena gruixuda o còdols, formades per l'embat de les onades sobre la roca), mentre que el segon tipus es formen per l'aportació de sediments procedents de cursos fluvials, presenten perfils més suaus; en són exemple les platges de sorra, còdols o llims, però també els esculls o els manglars. Ambdues ofereixen diferents possibilitats de desenvolupament turístic a les zones que les acullen, perquè els elements geomorfològics més apreciats en turisme (intensitat i freqüència de les onades, nitidesa i netedat de les aigües i profunditat de les mares) són considerablement diferents en unes i en altres.

Així, les costes d'acumulació arenoses afavoreixen la localització de centres turístics importants, ja que per la seva topografia planera disposen de fàcil accessibilitat al recurs i és fàcil ubicar-hi les instal·lacions d'oferta bàsica i complementària, les arenes suaus són agradables al tacte i la batimetria poc profunda garanteix unes aigües transparents, netes i càlides. En canvi, les costes d'erosió pateixen una major inestabilitat a causa de la poderosa acció directa de les onades. Malgrat que com a espai balneari tenen poca vocació turística, a causa de la seva espectacularitat poden ser un reclam turístic de primer ordre com a recurs paisatgístic. Les cales en mars tancats són l'excepció perquè, per la menor potència de les onades sobre els penya-segats, se'n deriva una estructura que combina formes erosives de bellesa plàstica amb petits sectors d'acumulació d'arenes idonis per al turisme de platja.

No obstant la importància intrínseca dels factors naturals en el desenvolupament del turisme de platja, els factors humans (tècnics, econòmics i culturals) hi tenen un paper primordial.

La posada en valor pel turisme dels recursos costaners per part del capital i l'accessibilitat als mercats expliquen els fluxos turístics costaners. Per exemple, sense els aeroports i el desenvolupament de l'aviació civil seria impossible haver posat en el mercat turístic europeu les Canàries o les Balears o, més recentment, les platges tailandeses en relació amb el mercat internacional. La gran capacitat motriu del turisme per a les economies regionals i nacionals ha fet que el turisme de platja hagi estat palanca de desenvolupament en moltes de les regions de la primera i segona perifèria respecte dels mercats emissors (Espanya, Grècia, Portugal, Mèxic, el Carib o el Magrib), però això ha anat acompanyat també d'un ràpid creixement de tipus especulatiu que s'ha caracteritzat per la manca de planejament, la construcció il·legal i un procés accentuat de litoralització que ha creat problemes ambientals al llarg dels fronts costaners.

El ritme de desenvolupament que segueixen les destinacions de platges prenen casuístiques molt diferents, però, i sense que ho puguem prendre com una norma ja que hi ha nombroses excepcions, podem parlar d'un model explosiu i un de retardat en el temps. Habitualment les destinacions tradicionals han seguit un creixement en onades successives que es pot relacionar amb la tendència del turisme a obrir-se progressivament des d'unes elits socials fins l'accés de la majoria de grups socioeconòmics, i seguint també l'esdevenir de les millores d'accessibilitat. Per contra, les destinacions perifèriques tendeixen a seguir un creixement explosiu en part perquè el sistema de transport internacional està plenament desenvolupat quan es posen en marxa, en part també perquè la democratització del turisme n'és la seva raó de ser quant a mercats.

Exemple

Un exemple d'aquest model explosiu el trobem a Mikonos, destinació que creix un 800% entre el 1971 i el 1991 (passa de 3.000 a 11.000 llits i a tenir 500.000 visitants per 8.500 habitants) i, encara més clar, Cancún, que en poques dècades deixa de ser un poblet per a esdevenir una ciutat de més de mig milió d'habitants.

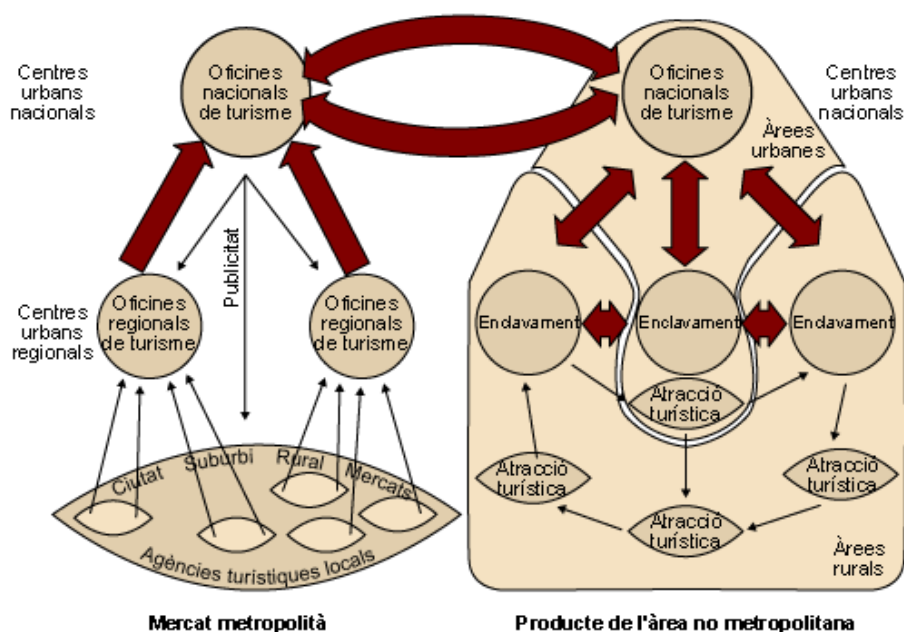
Igualment important per al desenvolupament d'espais litorals són les estratègies multinacionals de conquesta de nous espais turístics litorals, més exòtics, assolats o amb millors condicions ambientals. La dinàmica de transnacionalització turística recull dues grans categories d'actors (Cazes, 1999):

1) Les grans companyies d'allotjament turístic, molt lligades a les empreses d'operadors turístics i les companyies d'aviació internacionals. Al capdamunt d'aquest grup, hi trobem les empreses d'abast internacional: Hyatt, Hilton, Marriot, Forte, Sol-Melià, Barceló, Accor, TUI (Touristik Union International), Sun, etc. La seva intervenció pot afectar porcions senceres del litoral, com és el cas de les companyies espanyoles que després d'haver-se creat i crescut a les Canàries o les Balears s'han diversificat pel litoral de la República Dominicana o Cuba. Més clarament encara, els denominats *clubs de vacances* (Club Mediterranée, Club Robinson, Sandals, etc.) posen en valor nous horitzons turístics, sobretot de platja, exporten els models d'urbanització, tecnologia i *know how* i també garanteixen la integració de les destinacions en els catàlegs turístics més coneguts.

2) Les institucions bancàries internacionals com el Banc Mundial, el Fons Monetari Internacional o els grans bancs regionals han contribuït també a crear estacions turístiques *ex nihilo* o a reformar-ne d'altres existents en països en vies de desenvolupament. Per exemple, el Banc Mundial ha promogut, durant els anys setanta, la creació d'estacions turístiques com Cancún, Ixtapa i la Baixa Califòrnia (Mèxic), Agadir i Tànger (Marroc), Sali-Portudal (el Senegal), Antalya-Sud (Turquia) o Nusa-Dua (Bali, Indonèsia) i, més recentment, d'altres projectes a Kenya, la República Dominicana, la Costa d'Ivori o Tunísia. Tot i que alguns d'aquests desenvolupaments han tingut èxit, d'altres han estat criticats per la seva manca de compliment d'objectius o per no haver estat integrats regionalment. Des del punt de vista ideològic, les opinions sobre aquests desenvolupaments turístics són contrastades. En els extrems, mentre que les

institucions defensen aquest model d'inversió turística com a fórmula de generar un creixement econòmic que condueix directament cap a la democratització dels països implicats, per alguns autors no es tracta més que una via per a donar sortida d'urgència a governs autoritaris i corruptes que no es volen enfrontar amb el fons de la seva problemàtica; és a dir, la pobresa i la injustícia, mentre que els autèntics beneficiaris de tot el procés acaben essent les institucions internacionals de préstec i les grans companyies que inverteixen en turisme (Goldstone, 2003).

Figura 9. Representació esquemàtica del model de funcionament d'un enclavament turístic



Font: Harrison (2001).

Sovint la inversió d'aquest tipus pren la forma d'enclavament turístic internacional. Malgrat que poden reforçar el comerç turístic entre països, amb destinació a països pobres, els beneficis poden arribar a ser escassos per a la societat local a causa del control del negoci de companyies de països desenvolupats (operadors turístics, companyies de transport, hotels, etc.) i pel fet que la dispersió territorial dels beneficis econòmics es fa molt difícil si totes les necessitats dels turistes es cobreixen però dins els enclavaments o si es relacionen poc o gens amb les atraccions turístiques de l'entorn.

1.4. Els tipus d'espais del turisme litoral al món

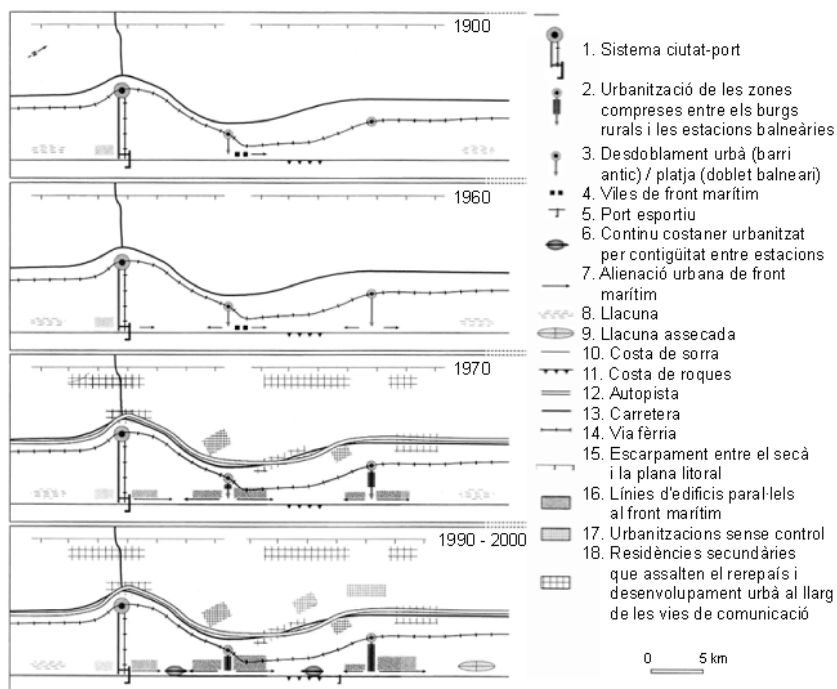
Sintetitzar la morfologia que prenen les destinacions turístiques de platja és una tasca ingent per la gran varietat formal que hi ha en la realitat. No obstant això, podem indicar algunes característiques morfològiques, funcionals i evolutives que han estat estudiades en diferents estacions turístiques i que poden ser comunes a moltes d'altres.

Exemple

D'una banda, cal destacar el caràcter lineal de les estacions marines, ja que per les seves especificitats s'han de desenvolupar prop de la franja costanera (Pearce, 1987). Això fa que la majoria de destinacions s'estenguin al llarg d'un front marítim en paral·lel a la platja o un port, amb un passeig marítim o via de trànsit al davant de la primera línia d'edificis, on es concentra la major part de les edificacions, normalment en altura i, per tant, donant forma a una urbanització densa per a aprofitar millor l'elevat preu del sòl, els equipaments turístics i comercials. Per darrere d'aquesta línia central apareix una gradació d'allotjaments on la densitat, grandària i preus tendeixen a ser menors que a primera línia, i es barregen amb d'altres funcions urbanes.

Un model mediterrani d'implantació turística sobre el territori: La Costa del Azahar de Castelló (País Valencià)

Figura 10.



La rapidesa del desenvolupament turístic ha estat la característica predominant en el procés d'urbanització d'aquesta àrea que reuneix nuclis com Peníscola, Orpesa de Mar o Benicàssim. Els primers equipaments turístics es remunten al final del segle XIX quan algunes barriades i llogarrets de pescadors, desdoblaments dels assentaments principals a l'interior, es converteixen en estacions balnearies amb cases construïdes a la platja per a les estades estivals de les famílies burgeses locals.

Figura 11.



Fotos: Francesc González

Figura 12.



Fotos: Francesc González

Amb l'obertura al turisme dels anys cinquanta i seixanta predominen les actuacions espontànies sobre el litoral i, tot i que alguns municipis disposen de normes de planejament, en general no són respectades. De fet, la majoria dels plans d'ordenació urbana locals de primera generació fan la seva aparició una dècada més tard de l'inici del desenvolupament turístic al litoral. Des dels anys seixanta l'objectiu és dessecar les zones d'aiguamolls per alliberar terrenys per al creixement turístic i immobiliari, destinat sobretot a la producció d'habitatges de lloguer turístic (apartaments) i segones residències. Hi ha la tendència a alinear els apartaments a primera línia de mar, en paral·lel a l'espai sobre el qual gira el conjunt de l'activitat turística a la zona, la platja. Posteriorment s'hi aniran afegint noves línies de desenvolupament en segona i tercera línia de mar, cosa que generarà un model balneari comú a tota la Mediterrània espanyola. Als anys setanta el sistema de comunicacions elemental, carretera i ferrocarril, es completa amb la construcció de l'autopista. Al voltant d'aquesta infraestructura és colonitzat l'espai interior per part de les segones residències i l'antic rerepaís de secà comença a ser objecte del desig dels promotors immobiliaris. El procés d'urbanització avança durant els anys setanta en unir-se progressivament els nuclis d'interior amb els litorals, d'una banda, i per l'aparició de múltiples urbanitzacions seguint les vies de comunicació i properes als espais naturals (com el Desert de les Palmes, a Benicàssim).

Figura 13.



Fotos: Francesc González

Figura 14.



Fotos: Francesc González

A partir dels anys vuitanta es detecten problemes estructurals que perjudiquen el sector turístic local (excessiva urbanització, problemes de contaminació de les aigües continentals, de gradació del medi marítim, etc.). Com a reacció a aquests handicaps, durant els anys noranta hi ha la tendència a multiplicar els equipaments turístics (centres aquàtics, ports esportius) per complementar el producte de sol i platja i a buscar alternatives de qualitat (com per exemple el desplegament, l'any 1999, d'un Pla d'excel·lència turística a Orpesa del Mar). No obstant això, el model de desenvolupament continua basat en el creixement immobiliari centrat a primera línia de mar. Precisament a Orpesa de Mar es realitza una gran ampliació de l'espai urbà construït sobre el litoral (la urbanització Marina d'Or), amb una molt escassa dotació turística i de serveis i equipaments, i amb un elevat cost ambiental (ocupació de la zona maritimoterrestre, destrucció d'aiguamolls, creació de platges d'arena artificial, construcció vertical i amb elevades densitats, poca qualitat urbanística del projecte, etc.).

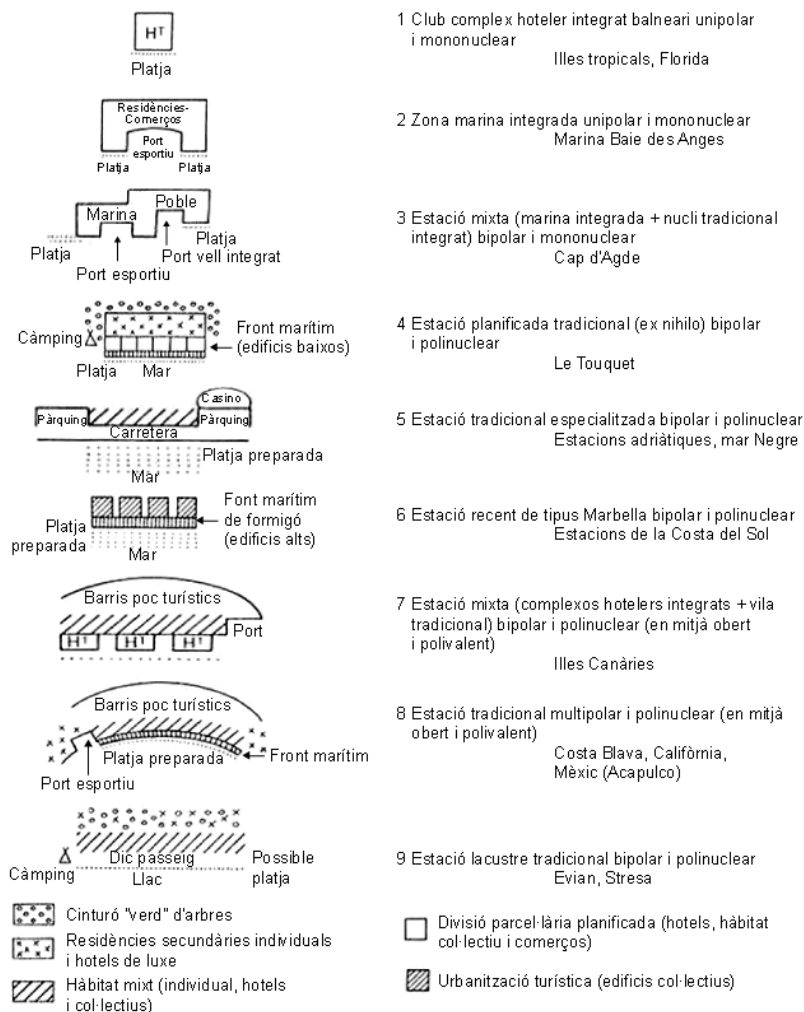
Font: Jean Rieucou (2002). "Invention et création de lieux touristiques dans la dynamique de la diffusion urbaine littorale, au nord de la Costa del Azahar". *Cahiers de Géographie du Québec* (vol. 46, núm. 127, pàg. 25-48). Disponible en línia. <https://www.erudit.org/revue/cgq/2002/v46/n127/023018ar.pdf>.

Els estudis pioners de Stansfield i Rickert (1970) a Nova Jersey (els Estats Units) van permetre identificar un sector urbà específic per les estacions turístiques litorals. Per analogia al districte central de negocis (CBD en anglès) de les ciutats convencionals es denomina *districte central recreatiu* (RBD en anglès) la zona que concentra un ús turístic de la ciutat, on es dona la major concentració de restaurants, hotels, comerços destinats al lleure, botigues noves, de records o alimentació per a cobrir les necessitats dels fluxos turístics. La forma que pren l'RBD és allargada, centrada en el punt de convergència entre el flux de visitants i les atraccions (platja, port, etc.). Es tracta d'un fenomen al mateix temps econòmic i social. Econòmic perquè en concentrar-s'hi els equipaments turístics la demanda el prefereix a d'altres zones de la ciutat. La conseqüència és l'elevat valor dels preus del sòl d'ús turístic que, fins i tot, poden fer desplaçar d'altres funcions urbanes (residencials, comercials) a l'interior, o separar barris turístics i residencials.

Des d'un punt de vista més formal, alguns autors han classificat les destinacions turístiques de platja segons el seu caràcter planificat o espontani, polivalent o especialitzat, segons si l'activitat turística és predominant o es combina amb d'altres, o oberts i tancats segons el seu caràcter social i espacial més o menys exclusiu (Lozato, 1987).

Tipologia d'espais turístics costaners de Lozato-Giotart

Figura 15.



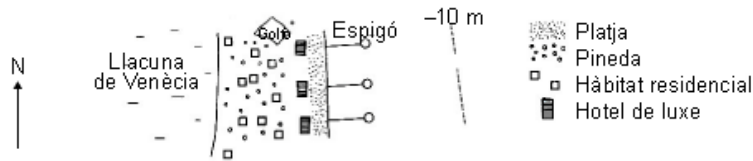
Font: Lozato, 1987.

Algunes tipologies d'espais litorals, com la de Lozato (1987), fan referència a la disposició física sobre el territori de les actuacions i equipaments turístics. La tipologia es confecciona tenint en compte aspectes com la compactació, concentració i especialització dels centres. Més enllà de la seva capacitat com a eina taxonòmica i descriptiva de la realitat turística, il·lustra un bon espectre d'implantacions turístiques existents al litoral. Complexos o clubs balnearis integrals, marines mixtes continuació de centres urbans o estacions tradicionals planificades i/o especialitzades; estacions recents, mixtes o lacustres en són alguns exemples. La disposició lineal o en nucli independent o agregat, la segregació espacial o integració de les activitats i equipaments turístics en relació a la resta d'usos urbans, o la disposició de l'estació en relació al front de mar i els espais lliures, són alguns dels factors claus per explicar la forma que ha pres el desenvolupament turístic sobre el territori i la capacitat d'incidir ambientalment sobre l'entorn.

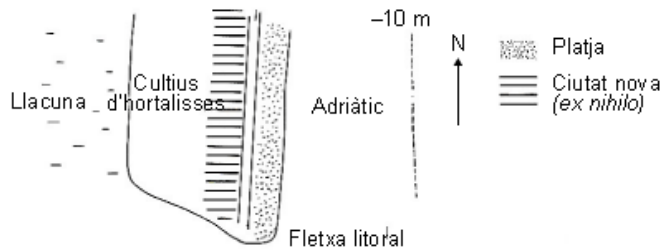
Exemple

Figura 16. Exemples de *lido* a la costa adriàtica italiana

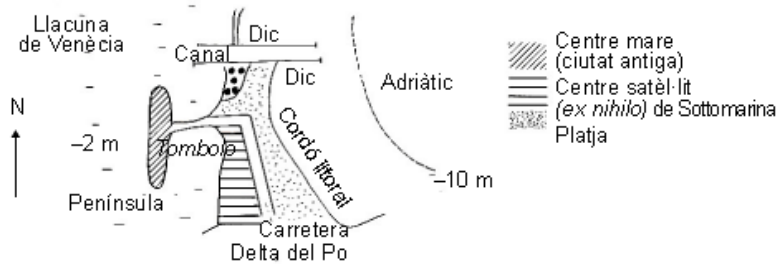
a) Centre tradicional bipolar (lido de Venècia, Sant Andrea)



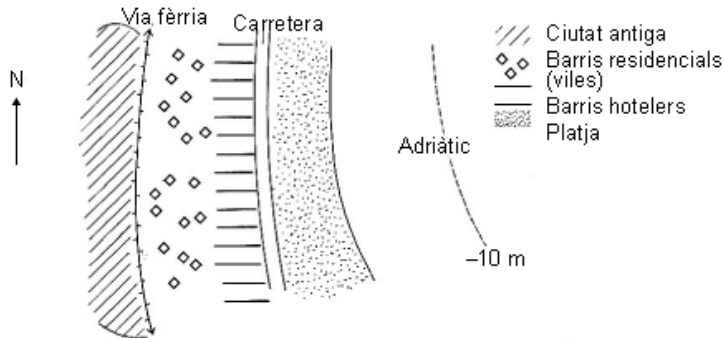
b) Centre bipolar *ex-nihilo* (Jesolo, Bibiona)



c) Centre bipolar lacustre litoral (Chioggia)



d) Centre bipolar tipus del *lido* continental (Rimini)



Font: Lozato, 1991.

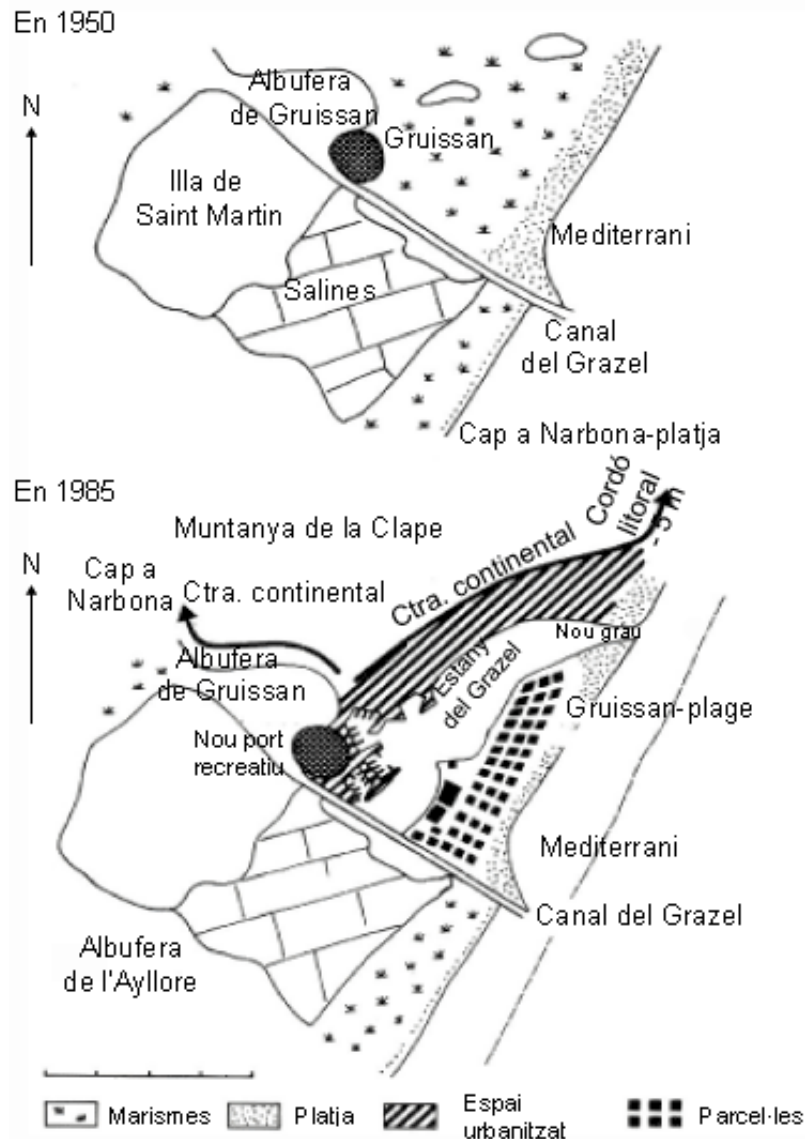
Es coneix per *lido* les costes mediterrànies baixes, d'arena, amb platges llargues i amples que acullen desenes de milions d'estiuejants cada any. Són platges d'horitzons amples i plans entre el mar i els llacs o llacunes interiors, sovint disposen d'un cordó dunar que les aïlla. La formació del *lido* té a veure amb la magnitud de les aportacions de sediments de rius i rieres i per la debilitat de les mareas mediterrànies. La costa adriàtica italiana, entre la desembocadura dels rius Isonzo i Conca presenta una successió de cordons dunars al voltant dels dos-cents quilòmetres de llargada que té. Aquest cordó litoral està pensat per cobrir el turisme de masses de sol i platja, amb platges on es concentra l'activitat diària i zones de diversió per a la nit, i amb un fort desenvolupament immobiliari, que sovint ha tingut com a resultat les alçades excessives i la saturació urbana. El paisatge natural essencial és la platja d'arena (i la llacuna en el cas de Venècia) i els assentaments es parteixen per dos travessats per la línia del ferrocarril. A una banda, orientat al mar, queden la platja i el *lido*, disposat longitudinalment, i per darrera s'edifiquen els nuclis residencials i la ciutat pròpiament dita.

Sobre la costa adriàtica vegeu les adreces següents:

<http://www.jesolo.it/>

<http://www.riminiturismo.it/>

Figura 17. El centre turístic costaner de Gruissan-plage, França



Font: Lozato, 1991.

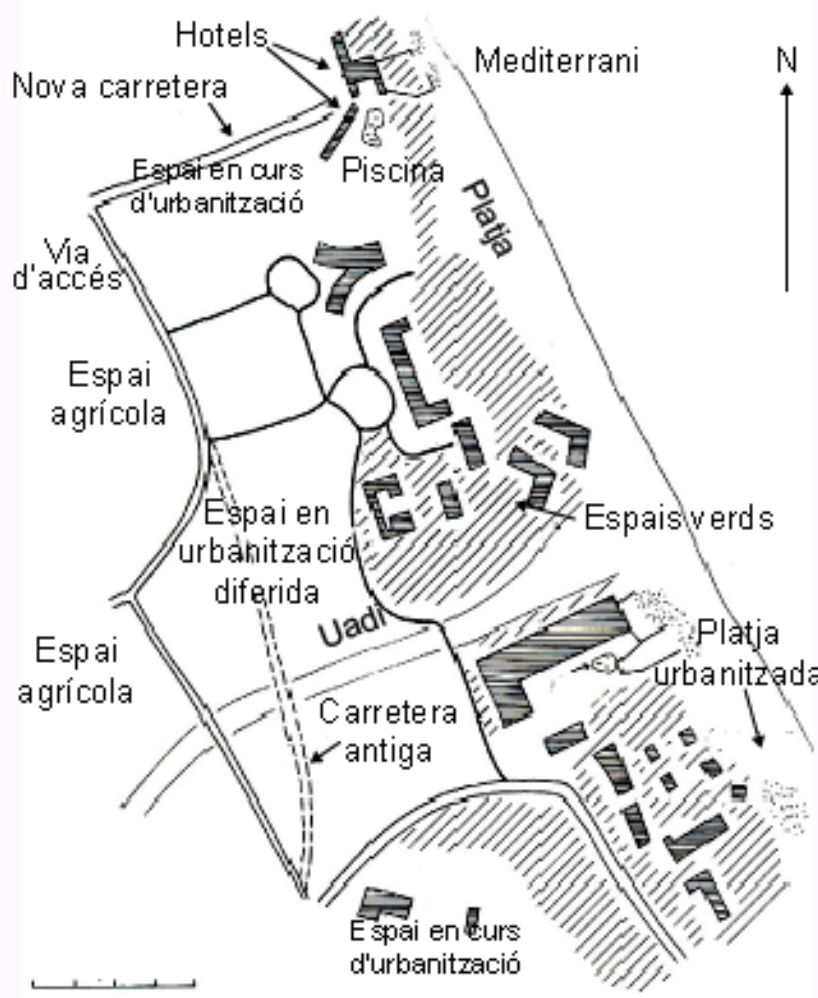
La regió del Llenguadoc-Rosselló, al sud-est de França és un dels cordons litorals més grans de la Mediterrània, amb una costa baixa i arenosa que va des del Ròdan fins a Argelers, amb uns 180 quilòmetres de longitud i una profunditat que pot arribar als 200 metres. Es tracta d'una zona turística planificada durant els anys seixanta i setanta amb la finalitat de generar un producte turístic "singular" per competir pels turistes internacionals amb la Costa Blava i la Costa Brava. La constitució de societats mixtes, la separació entre centres turístics (uns 30 quilòmetres), la selecció prèvia dels centres que calia desenvolupar, la definició d'estàndards urbanístics, de disseny arquitectònic i d'equipaments urbans i turístics, les reserves de sòl per a creixements futurs i les reserves de sòl no urbanitzable, etc. Gruissan-plage és un exemple de nucli turístic planificat al Llenguadoc-Rosselló. L'antic nucli de Gruissan, un petit poble de pescadors i salines està situat entre la llacuna i el cordó litoral i fins els anys seixanta no tenia cap infraestructura turística i disposava d'unes platges "verges". A partir dels anys seixanta tot l'espai municipal es reorganitza al voltant de l'activitat turística. El pla d'ordenació preveia la construcció de 42.000 llits nous tot i que s'intentà disposar-los seguint uns ràtios d'ocupació petits per a impedir la concentració excessiva de turistes i un consum exagerat de la franja litoral. Es realitzà un esforç per respectar el suport espacial recreatiu i associar el poble a l'operació turística. Es dessecaren alguns aiguamolls i se substituïren per una nova llacuna i una zona d'equipaments i infraestructures (càmpings, comerços i carreteres). S'obrí també un canal artificial a través del cordó litoral de manera que el nou port recreatiu quedava connectat amb el mar i protegit dels cops de mar. La peculiaritat del projecte, que integrava les zones noves amb l'assentament preexistent, feu que el *lido* es convertís en el centre turístic

i l'eix de les relacions econòmiques i humanes mentre que el poble antic quedava com a satèl·lit preservant la seva identitat.

Sobre aquest centre turístic vegeu l'adreça següent:

<http://www.ville-gruissan.fr/>

Figura 18. Platges i enclavaments turístics de Sousa, Tunísia



Font: Lozato, 1991.

Sousa, al litoral tunisià és una estació turística que respon a la noció d'enclavament, creada els anys vuitanta. Es tracta d'un complex turístic tot inclòs on els turistes disposen d'hotels, piscines, espais de joc i recreació i accés directe a les platges. No hi ha murs de formigó ni continus urbanitzats, sinó una atomització dels edificis i instal·lacions. L'arribada dels turistes es fa principalment per avió i es tendeix a passar tota l'estada dins el complex, fet que justifica la debilitat del sistema viari i ferroviari i, tot i estar instaurat en un medi obert, es fa responsable també de la concentració de turistes en enclavaments-gueto. El complex de Sousa va ser inaugurat amb una capacitat de 20.000 llits repartits en les 3.000 hectàrees del complex, amb la qual cosa s'aconsegueix una baixa pressió turística (uns 20 turistes per hectàrea i any). L'organització de l'espai turístic està centrada en dos pols: el mar, d'una banda, amb la platja vinculada als complexos hotelers amb discoteques i piscines, jugant aquest *lido* un modest paper d'acollida i gairebé sense vincles amb l'interior. D'altra banda, trobem luxosos complexos vinculats a una marina amb port i envoltats d'un decorat arquitectònic i vegetal (palmeres).

<http://www.tourismtunisia.com/sousse-history-and-culture/>

Altres autors com Dewailly classifiquen les estacions turístiques segons la seva disposició territorial i el seu grau d'integració en el paisatge (Dewailly, 1989). Identifica tres models d'estacions turístiques a l'Europa del Nord:

1) El **model anglès**, el més antic i caracteritzat per tenir un front marítim de suau pendent que ha organitzat en diferents nivells l'edificació, i per la concentració en primera línia de les funcions de lleure i recreació, amb un referent principal en el moll (*pier*) (casos de Scarborough, Brighton, Folkestone o Margate).

2) El **model holandès** típic de Zeeland (Domburg) consistent en la densificació turística d'antics pobles situats darrere d'un cordó de dunes litorals protegides amb tanques.

3) El **model belga** (Ostende, Koksijde, Le Touquet), on el cordó litoral ha estat colonitzat per grans edificis d'apartaments i el front marítim queda com a passeig immediatament després del front de mar. A mesura que entrem en l'interior, en canvi, l'ocupació i la densitat urbana tendeix a decreixer.

Les illes són un dels espais tradicionals per al turisme litoral. El seu desenvolupament com a espai turístic ha estat, en molt casos, conseqüència del seu poder d'atracció com a espai balneari. La insularitat condiciona determinats aspectes que diferencien les destinacions de platja insulars d'altres indrets. El geògraf Douglas Pearce n'assenyala algunes:

a) En termes d'organització espacial, a les illes hi ha la tendència a concentrar espacialment la seva oferta turística. Això és perquè les portes d'entrada i sortida a les illes són punts molt localitzats (ports i aeroports) i es tendeix a ubicar els assentaments turístics en la seva proximitat. Això no obstant, no impedeix que si bé en un primer moment l'oferta es concentri (sovint a la mateixa capital on es localitzen les infraestructures de transport) posteriorment es dispersin a d'altres indrets per diferents raons (saturació, competència, noves inversions, recerca de nous atractius, etc.).

b) La dependència del transport organitzat per a arribar a les illes fa que el turisme que s'hi desenvolupa sigui més propens a l'organització formal que a l'espontània, ja que l'allotjament es tendeix a demanar al mateix temps que el bitllet d'avió o vaixell. El paquet turístic col·lectiu permet retallar els relativament elevats costos del transport als majoristes de viatge, per la qual cosa és una de les maneres d'organitzar el viatge preferides a les destinacions insulars.

c) L'extensió superficial i la població resident és molt variable segons cada illa. Per norma general, les illes petites i poc poblades tendeixen a haver d'afrontar el dilema de la dependència econòmica del sector turístic i dels mercats externs i a tenir problemes de conflictes d'usos del sòl i espai disponible, especialment si es tracta d'illes muntanyoses amb poc espai planer. Per contra, les illes més grans i poblades, tot i que no sempre és així, poden diversificar millor la seva economia, disposen d'un mercat intern i espai suficient per a compatibilitzar les necessitats d'espai del turisme i les d'altres activitats.

1.5. La controvèrsia ambiental del turisme al litoral

Com a modalitat turística *per se*, el turisme de platja no és ni més ni menys perjudicial per al medi natural que qualsevol altre tipus de modalitat. Tanmateix, el fet que sigui la pràctica turística més estesa, tant en el temps com en l'espai, i tenint en compte el volum de participants, que poques vegades s'hagi conduït de forma planificada o seguint els principis de sostenibilitat en la seva gestió, que tingui lloc sobre un medi amfibi (a mig camí entre la terra i el mar) de gran vàlua territorial i superfície escassa (i per tant sotmès a disputes i conflictes d'usos pel seu domini) i que sigui molt sensible a les modificacions i implantacions antròpiques, ha provocat que moltes destinacions balneàries hagin obtingut un balanç negatiu en matèria ambiental.

Per exemple, al Carib el turisme costaner és parcialment responsable del deteriorament de determinats ecosistemes terrestres (manglars) i marins (esculls de corall), de l'empitjorament de la qualitat de l'aigua, de la pèrdua d'arena de platja o de l'apropiació de terres agrícoles i ramaderes d'alta qualitat. La persistència de situacions on es combina una manca de legislació específica, la corrupció o la ineficàcia de l'administració, i l'increment de la densificació de la urbanització turística (de 130.000 habitacions l'any 1990 es passa a més de 200.000 l'any 2001 i a 222.000 el 2012) han afavorit la continuació de l'agressió ambiental en aquesta àrea turística. Seguint amb l'exemple del Carib, podem descriure dos factors de destrucció ambiental que es manifesten també en molts altres indrets de turisme costaner:

1) La fràgil naturalesa inherent al medi litoral (sistemes dunars, platges, esculls, estuaris, manglars, etc.).

2) La necessitat d'ubicar els centres turístics al més a prop possible dels recursos naturals (platja i mar) per tal de fer més rendible l'actuació.

La conjugació dels dos factors requereix una política de regulació efectiva per a impedir que el segon factor sigui el causant de l'ensorrament dels sistemes naturals. Tanmateix, i en aquest cas en referència explícita al Carib, els diferents actors econòmics del turisme no han considerat una prioritat les actuacions de regulació. Els interessos dels hotelers xoquen amb la regulació, ja que els costos econòmics associats amenacen els estrets marges de beneficis que obtenen amb el seu negoci. Els governs també són reticents a la regulació ambiental, ja que, atesa la forta competència entre illes, una actitud ferma en regulació es pot aprofitar com a avantatge competitiu per un altre govern amb actitud laxa. Similarment, els governs també estan interessats a implantar grans complexos, encara que generin fugites econòmiques a l'exterior, ja que els efectes econòmics són immediats i són un mitjà per a contrarestar el fort deute extern acumulat a molts països de la zona. En canvi, els efectes ambientals acostumen a fer-se visibles molt més tard.

A la Mediterrània la problemàtica ambiental parteix de circumstàncies similars, tot i que, atesa l'avançada fase del seu cicle de vida, reflecteix casuístiques diferents. A diferència del Carib, el turisme litoral no sempre té la màxima responsabilitat en l'empitjorament de l'estat del medi natural, sinó que molts cops és una peça més de l'engranatge i, de vegades, fins i tot ha impedit que proliferessin altres activitats competidores pel sòl disponible més impactants (la indústria pesada, per exemple).

La costa mediterrània espanyola és un dels casos més paradigmàtics d'impacte ambiental. La degradació del territori natural ha esdevingut una qüestió estructural pel turisme, fins al punt que la pèrdua de competitivitat del sector turístic litoral espanyol s'ha considerat un factor associat, en bona mesura, a aquest impacte ambiental i s'ha interpretat en termes d'insostenibilitat.

Els informes de Greenpeace sobre l'estat del litoral espanyol *Destrucción a toda costa* (diversos anys) destaquen diferents aspectes ambientals negatius al litoral. L'any 2003 mostrava 1.684 punts negres al litoral espanyol, 1.137 dels quals eren platges afectades per la marea negra procedent del Prestige. És evident, per tant, que el turisme no era el principal causant d'aquest desgavell i, al contrari, en podia resultar un dels principals perjudicats. No obstant això, una bona part de les problemàtiques del litoral estan vinculades directament o indirectament al desenvolupament del turisme (urbanització, construcció d'infraestructures i ports esportius, pèrdua d'ecosistemes, vessaments de residus al mar o regeneració artificial de les platges). És interessant destacar aquesta doble dimensió de la problemàtica ambiental en la seva relació amb l'activitat turística. D'una banda, en pot ser responsable directa i de l'altra en pot ser víctima, ja que el turisme litoral té indiscutiblement en els recursos naturals els seus aliats. Per això la regulació de l'activitat turística inserida en la gestió integral del litoral és absolutament necessària si no es vol caure en la paradoxa d'una activitat que porti implícita la seva pròpia destrucció.

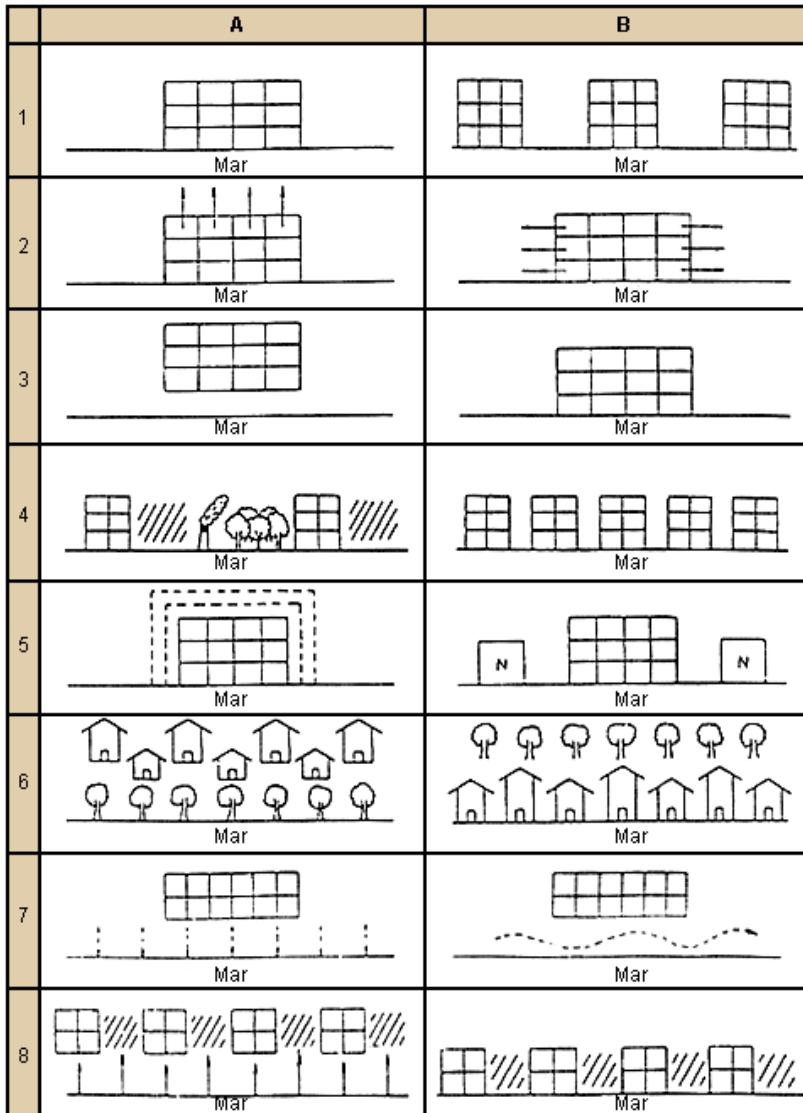
Hi ha acord general a l'hora d'afirmar que el turisme litoral perd capacitat competitiva a mesura que els seus paisatges es degraden i els recursos sobre els quals es basa primàriament es perden. Precisament perquè el litoral és l'àmbit productiu més intens de tot el país, l'administració estatal ha estat rebeca a preparar plans de gestió del litoral que limitin la sobreexplotació que pateix, i han hagut de ser algunes comunitats autònomes les que, amb objectius diferents, prenguin la iniciativa. Actualment la diagnosi ambiental pel conjunt del litoral espanyol presenta les debilitats següents:

1) **La saturació de la franja costanera.** El litoral espanyol presenta una problemàtica recurrent lligada sobretot a la urbanització que ha seguit la formació de conurbacions turístiques i residencials costaneres. L'existència de potents ciutats litorals (Barcelona, València, Màlaga, Alacant, Cadis, Castelló, Tarrago-

na, etc.) i la seva tendència a dispersar el seu creixement pel territori, especialment sobre la costa, ha agreujat les dues darreres dècades una dinàmica encetada en els anys setanta.

Exemple

Figura 19. Estratègies de naturalesa urbana per a ordenar millor els espais costaners



Les situacions A són preferibles a les situacions B amb els objectius següents: 1. Afavorir la concentració als nuclis abans que la seva dispersió. 2. Afavorir el creixement en profunditat abans que el creixement en paral·lel. 3. Desplaçar enrere el front d'ocupació en lloc d'avançar-lo. 4. Alternar i diversificar usos i activitats abans que omplir amb assentaments la banda paral·lela a la costa. 5. Ampliar els nuclis consolidats abans de crear-ne d'altres de nous. 6. Evitar la concentració residencial a la primera línia abans que congestionar-la. 7. Afavorir els dissenys perpendiculars abans que els paral·lels. 8. Promoure la retirada controlada com a estratègia de gestió.

Font: J. M. Barragán Muñoz (1997). *Medio ambiente y desarrollo en áreas litorales. Guía práctica para la planificación y gestión integradas*. Barcelona: Oikos-Tau.

2) **La contaminació del litoral per emissió de residus líquids i sòlids**, és especialment important pel sector turístic atès l'elevat valor que els usuaris de les platges donen a les aigües netes. Per exemple, pel que fa al compliment de la Directiva sobre el tractament d'aigües residuals urbanes, Espanya se situa al lloc dinou dels vint-i-cinc països estudiats (CE, 2016).

3) **La modificació de la Llei de costes**. La Llei de costes de 1988 ha estat modificada en diverses ocasions, les més importants, l'any 2003 i el 2013, reduint els nivells de protecció del litoral. El 2018 s'havien de retornar a l'Estat les concessions administratives d'habitatges o negocis en la primera línia de mar, la denominada zona de domini públic maritimoterrestre, però aquesta modificació legislativa ha ampliat fins a 75 anys aquestes concessions administratives, regularitzant així milers d'habitatges, restaurants, xiringuitos, hotels i indústries. A més, obre la possibilitat d'altres construccions o de realitzar obres de millora en edificacions situades a la zona de servitud, espai imprescindible per a la supervivència dels ecosistemes litorals.

4) **La desaparició de platges**. Un dels problemes recurrents i més costosos és la pèrdua de platges. L'any 2015 la inversió de la Direcció General de Sostenibilitat de la Costa i del Mar, ens dependent del Ministeri de Medi Ambient, va ascendir, pel que fa a la regeneració de platges, a 21,5 milions d'euros (el 34% del seu pressupost). La regeneració artificial de platges permet assegurar la temporada turística en moltes destinacions, però també genera importants problemes ambientals i econòmics (desestructura altres sistemes naturals com, per exemple, els fons marins, des d'on es capta arena; té una durada temporal limitada i, més tard o més aviat, hi cal tornar a intervenir; la demanda no sempre rep bé el canvi de textura de l'arena i pot arribar a preferir les platges naturals a les artificials). A més, les Corts, amb la modificació de la Llei de costes del 2003, van donar suport a la privatització de la regeneració artificial de platges obrint la possibilitat de finançar aquestes actuacions mitjançant l'explotació dels serveis de temporada de les platges per part de les empreses que executen les obres.

5) **Els ports esportius**. L'any 1976 a Espanya hi havia 139 ports esportius i avui dia en són 375. Els projectes previstos de crear nous ports esportius preocupen per dues raons essencials: contribueixen a contaminar les aigües i les platges adjacents (a causa sobretot del vessament d'oli i combustible dels motors); i actuen com a barrera que distorsiona l'acció dels corrents marítims encarregats d'aportar arena i de regenerar de manera natural les platges.

Exemple

Els ports esportius contribueixen a alterar la dinàmica de regeneració natural de les platges de la costa mediterrània, per la qual cosa calen inversions abundants en operacions de regeneració artificials.

Figura 20. La imatge correspon a la platja de Segur de Calafell (Baix Penedès) abans i després d'una intervenció de regeneració a mitjan anys noranta



Font: Ajuntament de Calafell (1995).

1.6. El turisme de creuers

A mig camí entre una modalitat turística amb personalitat pròpia i un producte derivat del turisme litoral, es troba el turisme de creuers. Es tracta del subsector turístic que ha crescut més durant les darreres dècades (la seva demanda ha crescut un 7,5% acumulatiu anual entre el 1990 i el 2014, davant el 4,1% que ha crescut la demanda de viatges turístics internacionals pel mateix període) i que, com a producte, està en ple procés d'expansió creixent per a cobrir l'increment de la demanda. L'any 2015 s'havien superat els 22 milions de passatgers i es preveu que entre els anys 2019 i 2022 s'arribi als 43 (CLILA, 2016). El concepte modern de creuer turístic parteix del model americà, adaptat a les seves necessitats de mercat, però que tendeix a imposar-se arreu del món. Es tracta d'un creuer-hotel, turísticament més considerat com a allotjament i espai d'entreteniment que com a mitjà de transport. En realitat és un complex turístic marí, amb una estètica i uns serveis similars a l'estil casino de Las Vegas. En aquest sentit es tracta d'una modalitat competidora amb les destinacions de terra, ja que el buc és una destinació turística per ella mateixa i que en determinats llocs (les illes del Carib, per exemple) s'ofereix al mercat en campanyes publicitàries agressives que comparen els preus de vacances entre

les destinacions i el vaixell. No obstant això, també aporten beneficis directes i indirectes a les destinacions que utilitzen com a ports bàsics o complementaris en les seves escales. Bàsicament, la importància del turisme de creuers per a aquestes destinacions portuàries se centra en:

- a) el consum generat en els ports bàsics (sobretot pernoctacions) i secundaris (compres, visites guiades i excursions);
- b) els estudis de mercat detecten que el creuerista vol repetir l'estada en la destinació que li ha agradat per a dedicar-hi més temps de visita; i
- c) des d'un punt de vista urbanístic i funcional l'activitat de creuers contribueix a acostar els fronts portuaris a les seves ciutats (OMT, 2003).

La demanda del turisme de creuers és fonamentalment nord-americana i, en segon terme, europea. Sobre un total de 22,2 milions de viatges de creuer al món l'any 2015, 12,9 milions de viatges corresponien als mercats americans i canadencs, i 5,7 milions als mercats europeus. Contràriament al que es creu habitualment, el perfil del creuerista és força diversificat, tot i que el perfil predominant manté unes característiques bàsiques: origen occidental, major de trenta-cinc anys, ingressos elevats, nivell d'educació alt, casat i laboralment actiu.

Taula 1. Perfil demogràfic dels creueristes al Carib

		%
País de residència	Estats Units	82,3*
	Canadà	8,5
	Regne Unit	5,5
	Altres	3,7
Edat	25 o menys	17,6
	26-35	13,1
	36-45	18,7
	46-55	21,2
	56-65	16,7
	66 i més	12,8
Ingressos anuals (milers \$ EUA)	Menys de 25	6,7
	25-40	16
	40-60	17,3
	60-75	13,9

Font: OMT (2003).

*Per informació socioedemogràfica del perfil majoritari de creueristes vegeu: <http://www.cruisemarketwatch.com/market/>

		%
	75-100	22,6
	Més de 100	23,4
Estudis	Batxillerat	15,6
	Diplomatura universitària	23,7
	Graduat universitari	37,9
	Postgrau	20,6
	Escola tècnica	2,3
Estat civil	Solter	17,2
	Casat	76,3
	Vidu	3,2
	Divorciat	3,3
Situació laboral	En actiu	70,8
	Aturat	3,5
	Jubilat	25,7

Font: OMT (2003).

*Per informació socioedemogràfica del perfil majoritari de creueristes vegeu: <http://www.cruisemarketwatch.com/market/>

Lectura recomanada

Per informació socioedemogràfica del perfil majoritari de creueristes vegeu: www.cruisemarketwatch.com/market/

La tendència més remarcable de la demanda de creuers és el creixement experimentat durant la darrera dècada i la seva previsible continuació, de tal manera que es preveu que sigui un dels productes turístics més sol·licitats en el futur. La tendència al creixement de la demanda està tenint com a efectes principals la internacionalització de les destinacions de creuers i l'especialització dels productes oferts.

Per exemple, actualment podem distingir diferents segments:

a) els creuers familiars per a nord-americans, de gran interès estratègic, ja que els fills seran els futurs clients adults;

b) els creuers de tercera edat, un segment d'interès, ja que, per raons demogràfiques, està en gran expansió i disposa de capacitat elevada de despesa per turista;

c) els creuers d'incentius i congressos, segment nou pensat per a la recerca de nous clients davant la lluita per la quota de mercat entre companyies;

d) els creuers especialitzats (temàtics o d'aventura).

Un altre aspecte derivat del creixement i la internacionalització d'aquest producte turístic és la recomposició de les companyies de creuers. Els principals grups persegueixen estratègies de concentració, senyal de la maduresa del sector i del creixent nivell de competitivitat existent.

Taula 2. Quota de mercat dels principals grups sobre l'oferta en regions de destinació

Grup	Carib	Alaska	Europa	Orient Llunyà
Carnival	37,8	31,2	23,6	0,4
RCC	25,7	23,7	4,1	0,2
P y O Princess	5,9	29	9,1	3,5
Star Cruises	7,5	12,9	4,3	74,4
Total	76,9	96,8	41,1	78,5

Font: OMT (2003).

Els creuers operen per la majoria de mars i oceans del planeta. Malgrat això, podem distingir uns punts calents que configuren les principals zones d'operació. Malgrat la tendència creixent a omplir totes les mars de creuers, les principals rutes de creuers les trobem a les conques marines del Carib i la Mediterrània. A més, hi ha relació entre elles, no solament de competitivitat pels mercats, sinó també de complementarietat.

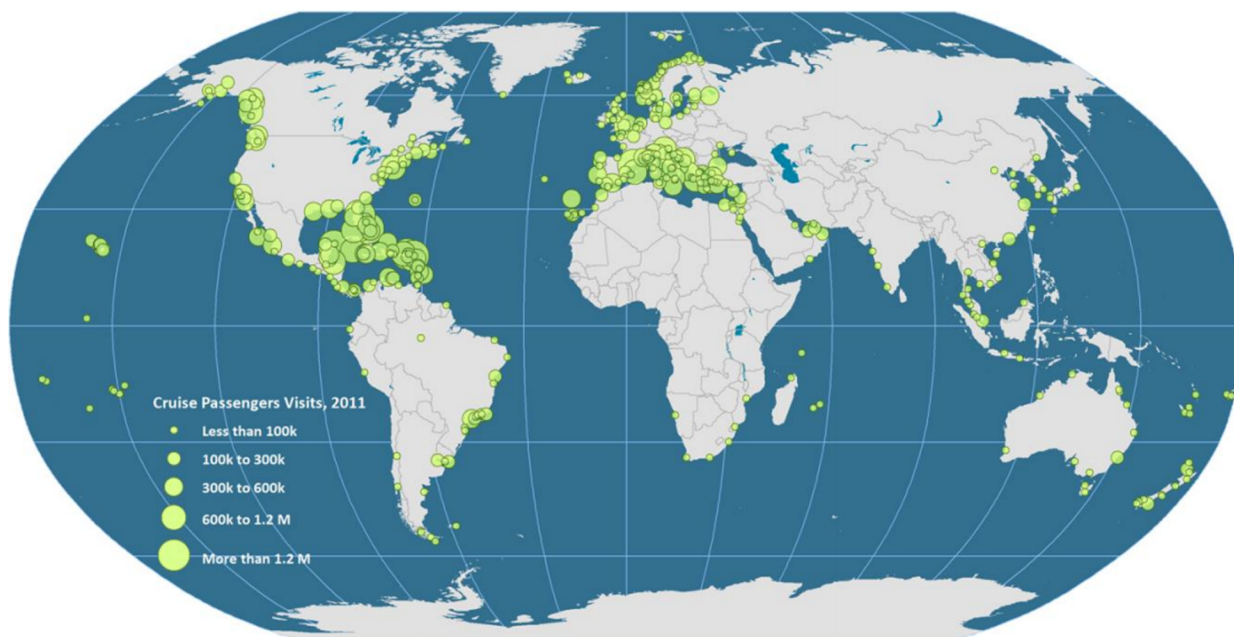
Exemple

Per exemple, els condicionants climàtics estacionals capgiren el volum total de clients en aquestes dues regions segons si es tracta de temporada alta o baixa. A més, també existeixen relacions clares entre itineraris, com és el cas d'Europa-el Carib, que aprofiten els atractius de les dues regions. La relació de proximitat mercat emissor-conca de recepció de creuers també és clara: la Unió Europea-la Mediterrània; els Estats Units-el Carib i Alemanya-la mar Bàltica, són els lligams principals origen-destinació.

Web recomanat

Per seguir la dinàmica dels grans grups a nivell mundial vegeu: www.cruisemarketwatch.com/market-share/

Figura 21. El sistema de ports de creuers del món



Font: Rodrigue i Notteboom (2013).

El **Carib** és, sens dubte, el principal focus de creuers del món i el pioner, de tal manera que ha traslladat la seva experiència a d'altres regions a mesura que ha crescut l'interès de la demanda. No obstant això, manté unes característiques pròpies que cal destacar. En primer lloc, l'elevada demanda que conserva tot l'any, cosa que el situa en la primera posició segons la quota de mercat de llits turístics oferts (l'any 2015 dominava el 35,5%, excepte en temporada baixa – d'abril a setembre– que cau per darrere de la Mediterrània). La proximitat als principals mercats emissors mundials és la principal raó que justifica aquest fenomen (de fet, el 55% dels passatgers de creuers procedeixen de l'Amèrica del Nord, i el volum del mercat que cobreix el turista de creuers nord-americà al Carib és del 80%). D'altres claus les cal buscar en el clima benigne durant tot l'any, l'ús comú del dòlar i la llengua anglesa a tota la regió, la diversitat cultural existent i l'estabilitat política. El volum de demanda també explica que entre els vaixells que operen a la regió predominin els de gran tonatge i capacitat de transport. Els principals ports creueristes de la regió són Miami (4,8 milions de creueristes anuals, i el gran focus impulsor del turisme de creuers al món), Port Everglades, Port Canaveral, San Juan de Puerto Rico o Cozumel (en relació amb Cancún) entre d'altres. La majoria de creuers del Carib s'organitzen buscant les destinacions litorals, per la qual cosa se'n fa referència com una destinació de sol i mar en analogia a les destinacions terrestres de sol i platja. Malgrat el seu pes capdavanter, el Carib, a mesura que el turisme de creuers es globalitza, experimenta una erosió de la seva quota de mercat.

La **Mediterrània** contenia, l'any 2015, el 19,5% del mercat mundial excepte a l'hivern, on queia al 6%. La dependència tradicional del mercat americà encara és notable per al sector de creuers mediterrani (el 38% dels creueristes procedien dels Estats Units o el Canadà, l'any 2001), però atesa la seva sensibilitat als episodis d'inestabilitat (segrest terrorista del vaixell *Achille Lauro* l'any 1991;

guerra als Balcans durant els anys noranta i crisi política a l'Orient Mitjà), la tendència és organitzar un espai de creuers autònom per al mercat europeu que limiti la dependència americana. La grandària del mercat potencial europeu i la diversitat cultural i d'atractius que es troben a les riberes mediterrànies són els puntals sobre els quals es reforça aquesta estratègia. Actualment entre els ports més importants es troben Barcelona, Civitavecchia, Venècia, Illes Balears, Marsella, Nàpols, el Pireu, Gènova, Savona i Dubrovnik.

A Europa també destaca la regió de l'**Atlàntic-la mar Bàltica**, amb el 10,6% de la quota de mercat mundial i uns índexs de creixement espectaculars. El preu mitjà del creuer i de la pernoctació estan en aquesta regió per sobre de la mitjana, per la qual cosa el tipus de client al qual s'adreça és un segment de forta capacitat adquisitiva. El domini del mercat va a càrrec de companyies europees, però el fet que augmenti la demanda de manera notable i, sobretot, l'elevada rendibilitat dels viatges de creuers en aquest sector, han fet introduir les companyies americanes en el negoci. Els ports de creuers més destacats són els de Southampton, Copenhagen, Hamburg i Sant Petersburg.

Les **regions de l'Àsia-Pacífic i d'Amèrica del Sud** prenen força a causa de la recerca de nous espais litorals per a creuers que deriva dels increments recents de la demanda d'aquesta modalitat. L'any 2015 la zona de l'Àsia-Pacífic contenia el 12% de la quota de mercat mundial, amb 2,8 milions de llits dia, essent els ports més destacats Singapur i Sidney. Aquesta regió veu limitat el seu potencial de creixement per la llunyania (i el consegüent cost del transport i durada del viatge) respecte als mercats europeu i americà, i també a causa de la manca de temps disponible de vacances d'aquests mercats i per les mediocres infraestructures portuàries que hi ha. Això determina que es pensi en una zona orientada al mercat asiàtic, d'elevat potencial de creixement, adaptant els productes als seus gustos: bàsicament disposant de molta oferta d'entreteniment als vaixells (casinos, karaokes) i oferint restaurants de menjar asiàtic. L'Amèrica del Sud disposa de 750 mil creueristes anuals, estructurada independentment del Carib i amb ports destacats (tot i que menors a escala internacional) com Baltra (orientat a les illes Galápagos), Buenos Aires, Rio de Janeiro, Valparaíso o Ushuaia. També és molt important la travessia del canal de Panamà (6% dels creueristes del món).

Altres mercats emergents, amb un potencial de creixement important a més llarg termini, són Australàsia i el Pacífic Sud, el golf aràbic, Sud-àfrica i l'oceà Índic. Tots ells disposen de condicions climàtiques bondadoses, molt assolades durant l'hivern, per la qual cosa poden funcionar com a destinacions complementàries o substitutes del Carib. Entre els ports més importants trobem Dubai, Abu Dhabi, Muscat, Khasab o Ciutat del Cap.

Alaska és un mercat d'aparició recent de fort creixement; cal tenir en compte que ofereix un producte molt especialitzat (natura i ecoturisme), amb un important nombre de creueristes (1,0 milió anuals i un 4,5% del mercat), aprofitant la proximitat dels mercats emissors canadencs i americans. Per les seves

característiques, es tracta del principal competidor dels creuers que visiten els fiords noruecs. El seu públic objectiu són persones joves, que no són principiants en els creuers sinó que ja n'han fet prèviament un o dos. Els dos ports més importants són Vancouver i Seattle.

Les visites a l'Antàrtida es troben a mig camí entre el turisme ecològic i el de creuers. Aquests viatges, d'uns deu dies de durada, i on no sempre es baixa a la superfície, surten dels ports xilens de Punta Arenas i Puerto Williams o de l'argentin Ushuaia. Tot i el seu anecdòtic nombre de visitants a escala mundial, compensat però per l'elevat preu del passatge, és important destacar-ho perquè amb aquests viatges s'ha travessat una de les darreres fronteres turístiques existents.

Els **impactes de la tendència a la globalització** del producte turístic de creuers no es limiten solament a la integració de mercats i companyies sinó també a la capacitat real de contribuir al desenvolupament sostenible. En aquest sentit, s'han aixecat diverses veus crítiques contra el turisme de creuers pels seus diversos impactes negatius sobre el medi natural i econòmic. Entre el 1993 i el 1998 es van denunciar uns 100 casos de contaminació marítima causada per creuers. El creuer necessita grans quantitats de recursos per a funcionar autònomament, per la qual cosa genera un important nombre de residus sovint abocats directament al mar (es calcula que un creuer estàndard, que cobreix un viatge d'una setmana de durada, genera 50 tones de deixalles, 7,5 milions de litres d'aigua no potable, 800.000 litres d'aigües residuals i 130.000 d'aigües oleaginoses). En contrapartida, hi ha reglaments que obliguen els vaixells a mantenir un registre dels vessaments efectuats en aigües jurisdiccionals i dels residus eliminats en els ports, i les mateixes empreses comencen a adoptar codis de conducta responsable.

Un segon focus de crítica prové dels impactes sobre els ports i les regions de destinació, de vegades incapaces d'assumir les infraestructures necessàries per a gestionar el nombre de visitants que reben i pel perill que representa per a la seva economia la dependència a llarg termini respecte de les companyies internacionals de creuers.

Exemple

Al nord del Canadà les poblacions tenen molta menys població (entre 100–300 habitants) que els viatgers del vaixell de creuer (fins a 5.000 persones els més grans) i al Carib alguns petits ports són visitats per 15.000 persones cada dia. A les aigües de Belize alguns creuers permeten als turistes la pràctica del submarinisme, de tal manera que s'han comptabilitzat fins 500 cabussadors sense control en zones d'esculls i que ni tan sols trepitgen terra. Al Carib les companyies operadores i navilieres compren petites "illes de somni" per a l'accés privat dels creueristes. Aquestes illes privades representen la pèrdua de negoci de petits ports que queden desbancats com a lloc d'escala en el creuer, i la companyia s'embutxaca els ingressos produïts per lloguer d'equips de cabussada, cabanes i embarcacions, venda de begudes i records, etc., limitant les aportacions dels passatgers a les economies locals. També al Carib alguns ports (per exemple, a Aruba) imiten l'estètica dels vaixells de creuer, convertint-se en autèntics parcs temàtics locals o creant atraccions artificials allunyades de la realitat de l'entorn (a Saint Maarten, per exemple).

Font: OMT (2003). *La actividad de los cruceros turísticos en el mundo*. Madrid: OMT i <http://www.lighthouse-foundation.org>.

Exemple

Barcelona és un cas d'èxit internacional en el turisme de creuers. A la ciutat, aquesta activitat té arrels al segle XIX, però és pràcticament testimonial fins als Jocs Olímpics de 1992. Des d'aleshores, els creixements mitjans anuals s'han situat al voltant del 18%, i es va arribar als 3,5 milions de turistes el 2015. La promoció per part dels agents locals, liderada pel Consorci de Turisme de Barcelona, les inversions en infraestructures i l'articulació de diverses motivacions turístiques a la ciutat se situen en la base del creixement. Barcelona ha sabut aprofitar una demanda en expansió a nivell internacional, per exemple atraient el turisme nord-americà, que diversifica el seu espai de creuers, centrat tradicionalment al Carib, i posicionant-se en els mercats europeus i interns, alhora que apostant per segments específics.

L'activitat de creuers permet mantenir 7.000 llocs de treball i realitza una aportació al PIB de Catalunya de 413 milions d'euros. Aporta connectivitat de vols a l'aeroport i té efectes d'arrossegament cap a d'altres serveis i la indústria.

Els dies de major afluència al port poden desembarcar 30.000 persones. La concentració a certes àrees ha de ser gestionada per tal que l'activitat beneficiï un espai més ampli, no només a dins de la ciutat, sinó també a escala regional, i suavitzar, així, la pressió a les zones de gran concentració. D'altra banda, la contaminació de l'aire dels creuers atracats demana una revisió del model energètic que vinculi indústria i destinació.

Lectura recomanada

J. L. Garay; G. Cànoves (2012). "Turismo de Cruceros en Barcelona. De la Marginalidad al Liderazgo internacional". *Boletín de la Asociación de Geógrafos Españoles*, núm. 60.

2. El turisme en espais de muntanya

El concepte d'espai de muntanya requereix aproximacions regionals a escala mundial, ja que les condicions que les defineixen no són iguals arreu. El principal condicionant és el clima, però altres aspectes naturals i culturals en poden determinar la seva definició.

2.1. Quins són els espais turístics de muntanya?

Els dos criteris fonamentals que tradicionalment s'utilitzen per a definir els espais de muntanya són l'**alçada sobre el nivell de mar** i el **pendent**. Així, a partir d'una alçada determinada es considera que el territori és de muntanya, establint-se a més el criteri d'alta muntanya també en referència a un llindar altitudinal. El que passa és que aquest criteri està molt mediatitzat per la latitud i, per tant, pel clima. A les latituds mitjanes, a la zona temperada, l'interval d'alçada de 1.000-2.000 m sol representar el llindar de la valoració de determinació de l'espai de muntanya, mentre que el límit d'alta muntanya, menys estès des del punt de vista de la determinació administrativa, es pot establir en l'interval 2000-2.500 m. És evident que a latituds més baixes, el concepte d'espai de muntanya pot tenir una percepció ben diferent pel que fa a l'alçada en què s'inclouen aquests espais, i una aproximació similar cal fer per a les zones de latituds altes, on sovint aquest límit es pot establir tan sols per sobre dels 500 m sobre el nivell del mar.

Talment, el criteri d'alçada és imprecís per la seva variabilitat i resulta inadequat considerar-lo com l'únic referent. El cert és que hom pot trobar espais de més de 2.000 m que no es poden considerar espais de muntanya ja que són espais de planura, altiplans. Cal introduir un criteri complementari per a establir la definició dels espais de muntanya, i aquest és l'**avaluació del pendent**. També en aquest cas el criteri és força variable segons la lògica del territori que el defineix. Probablement criteris de pendent superior al 20% en poden determinar el límit.

Els criteris anteriors, alçada i pendent, solen ser els més utilitzats per a definir els espais de muntanya, uns criteris que s'utilitzen en planificació territorial i que per tant tenen, sovint, valor normatiu per definir-ne l'àmbit d'actuació. Però, per què cal definir amb tanta precisió administrativa quins són els espais de muntanya? La resposta a aquesta qüestió la cal fonamentar en la dinàmica diferent que des del punt de vista de la presència humana i del desenvolupament econòmic es pot establir entre els espais del pla i els espais de muntanya. En una aproximació genèrica, que caldrà matisar tenint en compte les realitats regionals, es pot afirmar que el que caracteritza l'espai de muntanya són els trets següents:

- **Una presència humana de baixa densitat** com a resultat de les condicions menys adequades per l'habitat humà, sobretot determinat pel factor clima, però també pel l'abruptesa del terreny (el pendent). Aquest tret identifica la major part de territoris de muntanya, per bé que en algunes zones equatorials, sobretot als Andes, les zones de muntanya són justament els espais més habitats. Les condicions climàtiques són més favorables que a les planes humides i el concepte de límit altitudinal remunta en alçada.
- **Un espai natural relativament ben preservat.** A diferència dels territoris plans, on la presència humana és més important i té més capacitat de modificar el paisatge, els espais de muntanya, amb algunes excepcions, es mantenen com a reservoris de natura, justament per aquesta menor presència humana. Aquest criteri és important sobretot en països i territoris amb densitats elevades de població de la zona temperada. Els espais de muntanya representen reductes tant de vegetació com de fauna autòctona, sent àmbits propicis a la protecció. No és gens estrany, doncs, que bona part de les localitzacions d'espais protegits, en les seves diverses categories, coincideixin en gran mesura amb la xarxa d'espais de muntanya. Aquest criteri tendeix a generalitzar-se a la resta del món, on cada cop més els espais de muntanya es consideren santuaris de la natura. No cal dir, a més, el valor simbòlic que els espais de muntanya tenen per bona part de les religions. El concepte *santuari* que identifica la muntanya té, doncs, un doble sentit. Un d'ancestral i holístic que identifica la muntanya com l'espai més proper al cel i residència divina (l'Olimp a Grècia, el Sinaí a Egipte, Fuji a Japó o Nanda Devi a l'Índia), i un altre més contemporani derivat del concepte de sostenibilitat i preservació.
- **Una elevada biodiversitat.** Aquest valor, que reforça l'anterior, es fonamenta en la constatació de la variabilitat de condicions climàtiques en alçada (gradient tèrmic, efecte pantalla, orientació) que fa que en un espai relativament petit es produeixin canvis en les condicions ambientals que en un espai pla requeririen una enorme superfície. Es calcula que a les latituds temperades, 100 m de desnivell equivalen a 100 km de latitud. El fet que les condicions ambientals siguin tan variables en un espai reduït fa que la presència d'ecosistemes i paisatges naturals també ho sigui i, per tant, la biodiversitat sigui elevada. Les dades de biodiversitat per països no ofereixen dubtes. A més de la biodiversitat determinada per la latitud, en una mateixa latitud són les condicions orogràfiques les que en determinen el potencial de biodiversitat.
- **Reserves culturals.** Les condicions de relatiu aïllament de les muntanyes, on l'orografia és encara determinant, fa que les poblacions de muntanya pugin mantenir trets culturals diferencials, que sovint són diferents dels de les poblacions de la plana i que encara es mantenen amb força davant la dinàmica homogeneïtzadora mundial. En qualsevol regió o país, la mun-

Exemple

Ciutats com Bogotà, amb més de 7 milions d'habitants a més de 2.000 m d'alçada, ho confirmen. Tanmateix cal insistir que aquestes poblacions es troben en espais de relleu més o menys pla en altura; és a dir, són altiplans.

tanya identifica no tan sols unes condicions naturals sinó també uns trets culturals diferents i singulars. La dificultat d'incorporació a les formes de vida dels territoris de planura es manifesta sobretot en el manteniment de determinades activitats, sovint valorades com a anacròniques, i també en el manteniment de sistemes de producció tradicionals, sobretot agraris.

- **Espais de frontera.** Les muntanyes presenten també un valor interessant pel que fa a la capacitat d'estructurar territoris. Com a resultat de les condicions poc favorables per a l'hàbitat humà, les muntanyes sovint es perceben com a límit de les zones planes, com a espai de separació d'altres planes. Espais de defensa del propi territori enfront d'altres espais, són els murs naturals de defensa d'un territori. Aquesta perspectiva ha generat dues aproximacions contradictòries de caràcter cultural. La primera és la de refermar aquest valor de zona límit, especialment manifesta per la identificació dels espais de muntanya com a límit administratiu de regions i d'espais sobirans. El cas europeu és potser el més evident pel que fa a considerar les muntanyes com a límit d'estats. L'altra aproximació, també molt forta, és l'intent de superar aquesta barrera natural mitjançant la construcció d'una xarxa viària que faciliti el trànsit per aquest espai de muntanya: les tradicionals vies de muntanya cercant els punts més febles orogràficament i, ja en plena edat contemporània, la superació mitjançant obres d'enginyeria, com túnels o viaductes, de la barrera natural. També Europa serà el millor exemple d'aquesta modificació de les condicions naturals.

Una aproximació genèrica a escala mundial permet identificar les grans zones de muntanya següents:

1) **Els Andes a l'Amèrica del Sud.** Una serralada orientada en sentit N-S que des del Carib arriba fins a l'extrem més meridional de l'Amèrica del Sud, oferint paisatges naturals a regions equatorials, tropicals, temperades i fins i tot fredes. És una serralada especialment suggeridora a les zones equatorials, on l'espai de muntanya, contra la major part de les lectures ofertes anteriorment, esdevé l'espai preminent d'ocupació humana.

2) **Les muntanyes Rocalloses i Sierra Madre a l'Amèrica del Nord.** Una enorme serralada orientada també en un sentit dominant N-S, des de les terres fredes d'Alaska, fins a l'istme de l'Amèrica Central. Presenta una notable varietat de paisatges segons les zones climàtiques i amb la singularitat que travessa un dels països més importants en turisme, els Estats Units.

3) **L'arc mediterrani,** conformat per un nombre elevat de serralades, tant a la riba sud com, sobretot, a la riba nord. Ofereix un traç discontinu amb clara orientació W-E. Des del límit de l'Atlàntic, tant europeu com africà, arriba fins als confins de l'Àsia, perllongant-se sense solució de continuïtat per aquest

continent. En aquest arc s'inclouen alguns espais de muntanya d'enorme ús turístic, com els Alps, els Pirineus, els Apenins, els Alps Dinàrics, els Balcans, el Taure turc o l'Atles africà.

4) L'eix asiàtic. Estructurat per una sèrie de serralades que enllacen en l'arc mediterrani i que s'estenen fins als límits de l'Àsia oriental. Inclou les serralades més altes del planeta com l'Himàlaia, el Karakorum, el Tien Shan, el Pamir o l'Hindu Kush. El Caucas actua com a frontissa entre aquest sistema i el mediterrani. Aquest eix presenta també una estructura orogràfica W-E.

5) L'eix africà. Força discontinu, travessa en sentit N-S l'est del continent des dels altiplans d'Etiòpia fins a les muntanyes de l'Àfrica Austral. A l'enorme valor natural del territori cal afegir que des del punt de vista turístic són poc rellevants si es compara amb d'altres serralades.

6) El cinturó W del Pacífic. Des de la boreal Kamtxatka fins a les australs serralades de Nova Zelanda, s'identifica un àmbit de muntanya molt discontinu orientat en sentit N-S, que ofereix els seus espais de major interès a les illes del Japó, Nova Guinea, Nova Zelanda i la regió oriental d'Austràlia. El seu valor natural i cultural és molt variable, com també ho són els seus usos turístics.

A més d'aquests eixos principals, a tots els continents hi ha un nombre destacat de serralades menors, el valor de les quals, tant en valors patrimonials com en usos turístics, és molt variat. Entre els més destacats convé referir-se als Apalatxes, els Tepuys, els Alps escandinaus, els Urals o les muntanyes de l'Antàrtida.

2.2. La muntanya i el turisme

L'espai de muntanya és valorat sobretot per la seva singularitat, tant des de la perspectiva de la natura com de la cultura. Una singularitat que es complementa amb d'altres actius no menys importants com són el valor simbòlic al qual ja s'ha fet referència i el valor de frontera de civilització, on encara es poden tenir experiències vitals relacionades amb situacions climàtiques i d'entorn al límit de l'hàbitat humà. Tot plegat es tracta d'un espai abonat per a convertir-se en referents de l'activitat turística.

D'entre les nombroses activitats i tipologies de turisme que es poden identificar vinculades parcialment o exclusivament amb els espais de muntanya, convé destacar:

- **El turisme esportiu**, tant en la seva variant de turisme de risc i aventura, com en la variant de lleure actiu de baix nivell. El desenvolupament d'una o altra variant pot dependre sovint més del lloc on es desenvolupi que de la mateixa activitat. Així la pràctica del senderisme es considera com una activitat de baix nivell, sobretot si es desenvolupa en muntanyes mit-

janes i té un caràcter familiar, mentre que la mateixa activitat realitzada en muntanyes remotes, també de caràcter mitjà i també familiar, es pot percebre com a senderisme d'aventura.

El desenvolupament de la pràctica del turisme de risc o aventura va estar molt lligat des del moment de la incorporació als processos productius del turisme cap als anys setanta a la muntanya. Els orígens d'aquesta activitat cal veure'ls en la pràctica de l'alpinisme i l'escalada als Alps durant el segle XIX. El terreny de muntanya, abrupte i poc "domesticat" és el més adequat per a pràctiques d'aventura. Aquesta activitat ha estat la que ha permès que la major part de serralades del món hagin esdevingut espais de turisme. Les darreres fronteres terrestres a les que són afeccionats bona part dels turistes d'aventura són les serralades llunyanes i exòtiques.

- **El turisme de neu.** És anterior en el seu desenvolupament a l'esportiu, però conceptualment hi està vinculat en la seva primera etapa d'estructuració. La pràctica dels esports de neu va comportar la domesticació de muntanyes properes (en una lectura actual) però en períodes poc adequats per al seu gaudi. El turisme de neu va comportar la conquesta hivernal dels espais de muntanya i, per tant, va ampliar les possibilitats d'ús turístic ja consolidades en períodes de clima més favorable. El turisme de neu es va convertir des dels seus inicis, ara fa ben bé un segle, en la principal activitat econòmica de la major part de les principals destinacions de muntanya. L'evolució i sofisticació de les estacions d'esquí han convertit alguns espais de muntanya en autèntics entorns urbans i permeten uns usos intensius i fordians de la muntanya. Els fluxos de turisme de neu, en totes les seves tipologies, conformen amb el turisme de sol i platja i el turisme cultural urbà els eixos fonamentals del negoci turístic a escala mundial.
- **El turisme de natura.** La correlació entre espais de muntanya i espais naturals, estiguin o no protegits, fa que les muntanyes siguin una de les tipologies principals pels fluxos de turisme de natura. La biodiversitat i la qualitat ambiental són la base motivacional d'aquest flux que disposa sovint del reconeixement dels grans programes mundials de protecció de la natura i el dels estats com a espais de protecció especial. El flux de turisme de natura és molt rellevant per a les economies estatals als països en vies de desenvolupament, on sovint representa la principal motivació d'activitat turística internacional. Cal avaluar el turisme de natura no tan sols en relació amb la motivació del sistema biòtic, sinó sobretot en relació amb el sistema abiòtic, on el relleu i la geologia són un notable valor d'atractivitat. En aquesta mateixa orientació cal valorar els volcans com a notables actius de turisme de natura.
- **Turisme rural.** La relació entre espai de muntanya i espai rural es dona sobretot als països desenvolupats on el valor de ruralitat s'ha conservat sobretot en els espais de muntanya, menys influenciats pel desenvolupament productivista del món rural. Les condicions d'entorn, afavorint pe-

tites i tradicionals explotacions, són un valor destacat per al turisme rural. No en va algunes de les principals destinacions de turisme rural europees identifiquen espais que com el Tirol o la Selva Negra haurien de ser identificats com a espais de muntanya.

- **Turisme ètnic.** El turisme ètnic cal entendre'l com una variant del turisme rural, en la mesura que són sobretot societats rurals les que generen l'atracció. La diferència la cal cercar en el component de diferència ètnica i no tan sols en la cultural. És obvi que aquest tipologia de turisme no es pot correlacionar plenament amb els espais de muntanya, però són justament aquests, per la seva condició d'aïllament, els que poden oferir majors elements de singularitat al valor ètnic. Altres territoris com ara les pluvisilves equatorials o els territoris d'elevades latituds ofereixen situacions similars.
- **Turisme residencial.** Com en el cas anterior, no es tracta d'una tipologia de flux que es pugui correlacionar plenament amb els espais de muntanya. De tota manera, al continent europeu la concentració de turisme residencial als espais de muntanya és força elevada, compartint protagonisme amb els espais litorals. Es tracta d'una activitat turística menor, en la mesura que els rendiments de l'activitat no són en general rellevants, però impliquen la presència d'un flux pendular molt fidel, el desenvolupament i la consolidació del qual representa el consum d'allò que és més volgut als espais de muntanya, els espais planers.

A més d'aquests principals fluxos motivacionals, la varietat i singularitat dels espais de muntanya permet establir altres fluxos menors d'un caràcter marcadament local o regional que convindrà posar en valor en les anàlisis regionals.

2.3. Les muntanyes turístiques

Els espais de muntanya ubicats a les regions dels països desenvolupats són els que ofereixen majors usos turístics. El desenvolupament de la pràctica del turisme de neu fa que en primer lloc els Alps i després la resta de serralades de l'Amèrica del Nord, Europa, el Japó i Austràlia-Nova Zelanda esdevinguin espais turístics de muntanya. En qualsevol cas, aquestes muntanyes no han desenvolupat tan sols el turisme de neu, que és el més important en conjunt, sinó també un important flux de turisme de natura, rural, residencial i de lleure actiu.

En altres espais de muntanya externs als territoris citats es localitzen també activitats intensives de turisme de muntanya, per bé que els usos no són tan continus sobre la serralada, sinó que es troben concentrats en espais que reuneixen condicions favorables. En aquesta situació es troben determinades zones andines de Xile i l'Argentina, amb concentració d'estacions d'esquí, o l'Himàlaia del Nepal, que concentra bona part de les accions de turisme de

trec i d'ascensions alpines del massís. També en situació similar es pot localitzar algunes àrees dels Andes peruans, o les més importants de les muntanyes africanes (Kilimanjaro, Mt. Kenya).

Destinacions especialitzades en turisme de natura en territoris en vies de desenvolupament també tenen notables fluxos, com és el cas de les muntanyes de Costa Rica o les africanes, els volcans del cinturó del Pacífic, Sierra Madre o els Andes.

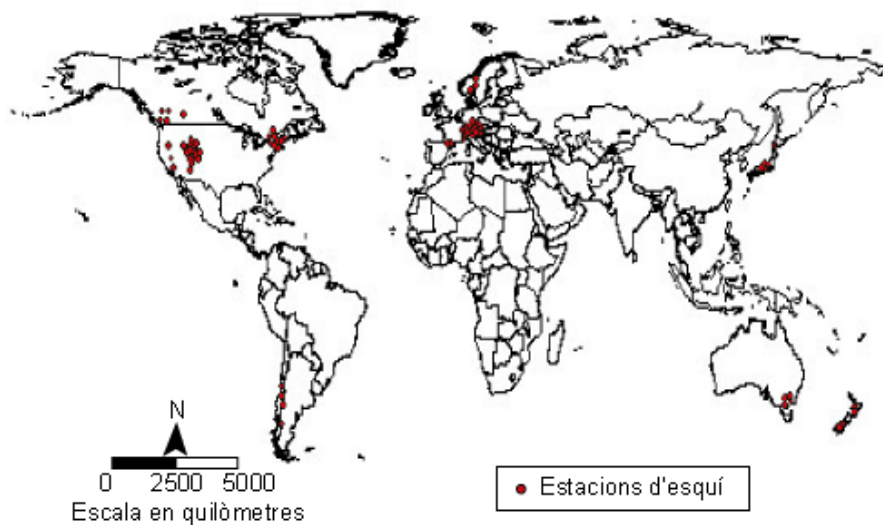
Destinacions especialitzades destacades pel turisme ètnic i cultural es poden trobar al llarg de totes les serralades, per bé que les destinacions andines en són el millor exemple. La localització de restes arqueològiques de les diverses cultures precolombines que van ocupar aquesta serralada han convertit la zona central dels Andes en un cas excepcional d'usos turístics culturals a les muntanyes.

2.4. El turisme de neu

La neu com a meteor ofereix un potencial absolutament dependent d'aspectes climàtics i orogràfics. La presència de neu d'una forma continuada al llarg de l'hivern és el model de referència per al desenvolupament del turisme que es desplaça per a gaudir-ne. El clima que permet la innivació permanent durant l'estació hivernal deriva de la relació entre latitud i altitud. Es pot afirmar que la pràctica de l'activitat turística relacionada amb la neu té el seu límit meridional a la zona temperada (a Europa el límit són les muntanyes de la conca mediterrània). Els camps de neu de potencial ús turístic s'ubiquen orientats al nord i a una cota superior als 2.000 m a la Mediterrània, baixant en alçada a mesura que augmenta la latitud, fins arribar a les zones habitades de major latitud (Noruega, el Canadà, l'Argentina, Nova Zelanda) a altures d'alguns centenars de metres sobre el nivell del mar. Els climes regionals modifiquen, òbviament, aquesta consideració bàsica, però permeten afirmar que el turisme de neu és un tema que és destacable sobretot als països desenvolupats.

A més de les consideracions climàtiques, cal destacar les condicions d'estructures d'acolliment i infraestructures d'accessibilitat i energètiques que són necessàries per al desenvolupament òptim d'aquesta activitat i que tan sols queden clarament manifestes als països desenvolupats.

Figura 22. Localització de les 100 principals estacions d'esquí



Font: MapQuest (2003).

La distribució té un caràcter zonal i la relació amb societats econòmicament més desenvolupades és elevada. Són els Alps la principal destinació, però també convé destacar les Rocalloses dels Estats Units, les serres orientals de l'Amèrica del Nord, els Pirineus, els Alps escandinaus, els Alps australians, els Alps del sud, el Japó i la zona temperada dels Andes.

El desenvolupament del turisme de neu es consolida a Europa a les primeres dècades del segle XX, per posteriorment desenvolupar-se als països on les condicions ambientals i econòmiques ho permeten. El desenvolupament pel que fa a les estructures turístiques presenta dues modalitats diferents, el que es genera al voltant de la pràctica de l'esquí nòrdic i el que es genera amb l'esquí alpí.

En ambdós casos el turisme de neu se centra en l'adequació de les condicions dels camps de neu per a la pràctica de l'esquí en les seves diverses variants. Així l'**esquí nòrdic** es desenvolupa sobretot en entorns rurals i amb la pràctica del denominat *esquí de fons*, de gran tradició als països nòrdics d'Europa. L'estructura fonamental tan sols requereix la senyalització i adequació orogràfica dels itineraris i també el desenvolupament de l'accés.

L'**esquí alpí**, també anomenat *de descens*, per la seva banda, requereix el desenvolupament d'una sèrie d'estructures específiques que converteixen els camps de neu en autèntics parcs. La pràctica del descens, per "pistes" senyalitzades i condicionades, obliga a facilitar l'accés dels esquiadors a la part alta de les pistes i això comporta el desenvolupament d'una estructura notable. Ja sigui mitjançant cabines, cadires o arrossegadors, les estacions d'esquí s'estableixen com a complexos parcs on l'accés està emmarcat amb el format de producte

i una relació de preu per serveis. Es tracta, doncs, d'un procés de valorització comercial dels camps de neu mitjançant el desenvolupament de les condicions d'accessibilitat a la part superior del camp de neu.

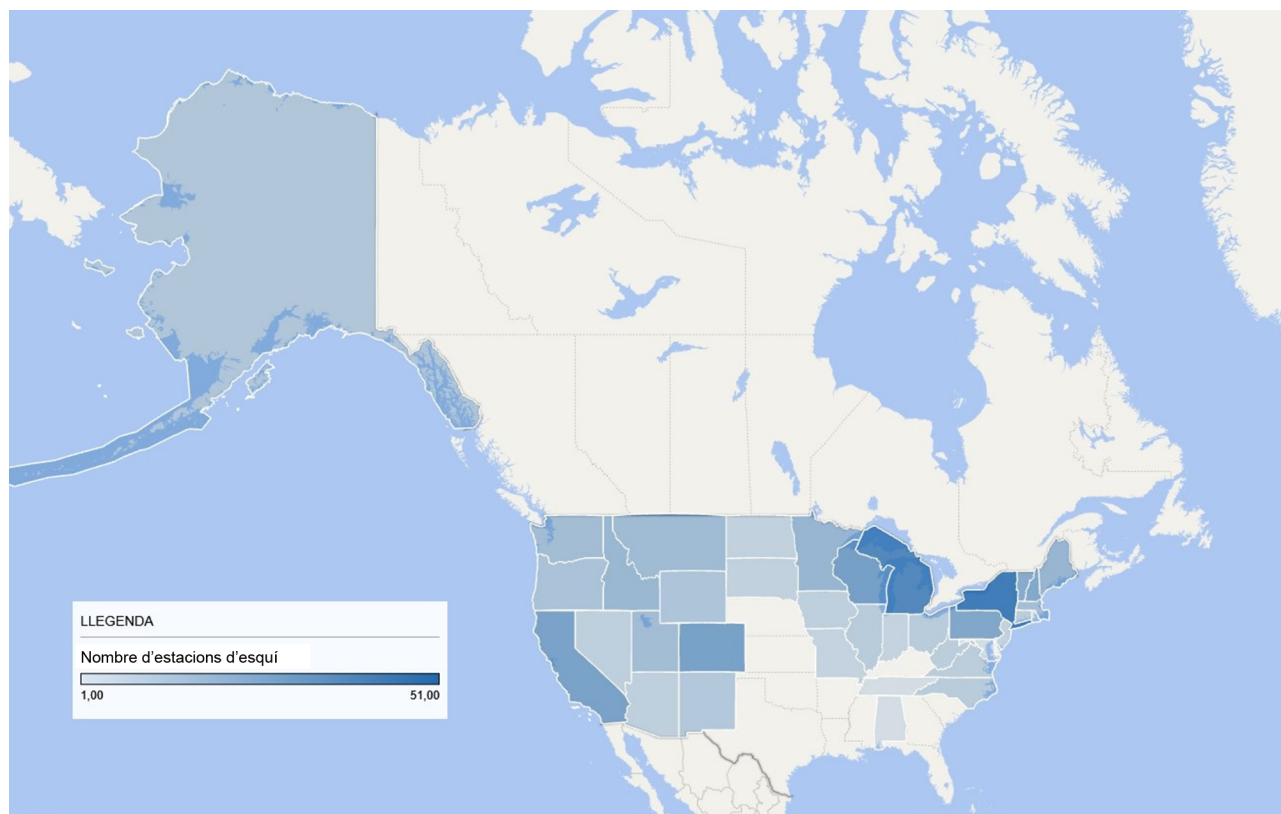
La consolidació d'aquesta activitat al llarg del segle xx ha produït diverses tipologies d'estacions d'esquí que la literatura científica ha glossat àmpliament, i que ha comportat al seu temps el desenvolupament d'estructures d'acollida en l'entorn de les estacions d'esquí, sobretot oferta d'allotjament, però també restaurants, estructures de lleure i un nombre cada cop més sofisticats de serveis. La percepció d'espai urbà inserit en el territori rural i de muntanya és la visió més contemporània de la pràctica massiva del turisme de neu. Es generen espais molt especialitzats i poc vinculats a les estructures tradicionals del territori de muntanya. En el model més negatiu, que no és l'únic possible, es genera un important negoci de l'espai de la muntanya del que romanen aliens bona part dels habitats de la muntanya.

La regió alpina, conformada per territoris de França, Suïssa, Itàlia, Àustria, Alemanya i Eslovènia, és la que major desenvolupament ofereix per al turisme de neu. La construcció d'estacions d'esquí a la major part de capçaleres de valls alpines ha fet que aquestes puguin, si l'orografia ho permet, enllaçar entre elles. De manera que ja no es parla d'estacions d'esquí sinó de dominis esquiables, formats per xarxes d'estacions d'esquí. França en primer lloc, però també Suïssa i Àustria, conformen els principals dominis esquiables del món, tan sols igualats per algunes zones dels Estats Units. Aquesta densificació de l'oferta esquiable dels Alps ha fet que, un cop aprofitats tots els potencials camps de neu a altures accessibles, es tendeixi a aprofitar els camps de neu ubicats a majors altures, amb la dificultat que això implica d'accessibilitat i de condicions climàtiques més dures. Sigui com vulgui, allà on la temporada hivernal no pot aprofitar-se plenament s'han desenvolupat dominis esquiables que per la seva altura són adequats al final de primavera i fins i tot en ple estiu aprofitant les neus perpètuas de les geleres.

La resta de serralades europees tenen uns aprofitaments molt menors que els dels Alps, ja sigui per disposar de menors altures o per ser menys centríques respecte dels mercats emissors. Entre aquestes serralades de segon nivell destaquen els Pirineus, els Apenins, els Alps escandinaus o els Carpats, els quals presenten un enorme potencial per la qualitat dels camps de neu i per la llarga temporada, i també els Balcans i els Alps Dinàrics. Situacions conjunturals com la guerra de l'antiga Iugoslàvia han limitat el desenvolupament d'unes muntanyes de gran potencial.

L'altre gran espai de turisme de neu són els Estats Units, amb el mercat domèstic més important i diverses destinacions rellevants.

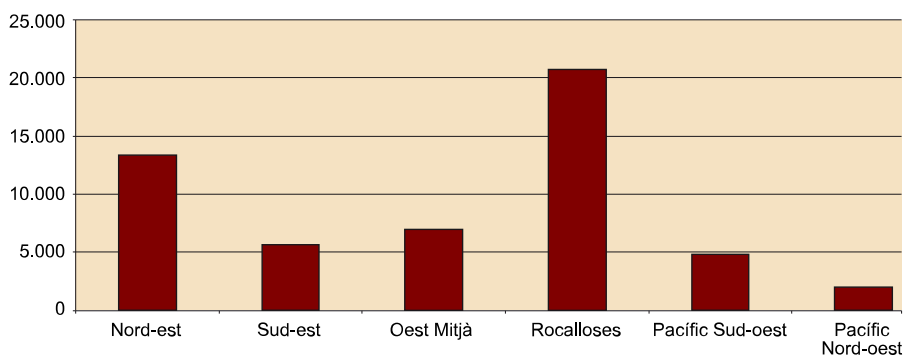
Figura 23. Nombre d'estacions d'esquí per estats als Estats Units al 2015



Font: National Ski Areas Association (2015).

El mapa mostra la concentració que es genera al voltant de dos criteris principals, la proximitat als mercats i la potencialitat de les condicions naturals. El primer criteri queda manifest per la concentració al voltant de les muntanyes de Nova Anglaterra i la Regió dels Llacs, mentre que en el segon cas destaca l'espai de les Rocalloses més orientals, especialment l'estat de Colorado. Les estacions de major dimensió són aquelles que s'ubiquen amb les millors condicions ambientals i més allunyades dels mercats. Són sobretot les estacions de les Rocalloses, amb una mitjana d'esquiadors que duplica el de les estacions de l'Est i quasi quadruplica les de l'Oest Mitjà, cosa que referma la idea que les grans estacions d'esquí es donen a les Rocalloses, però que la gran concentració d'estacions es produeix a l'Est.

Figura 24. Nombre de visitants a les estacions d'esquí per regió. Temporada 2014-2015

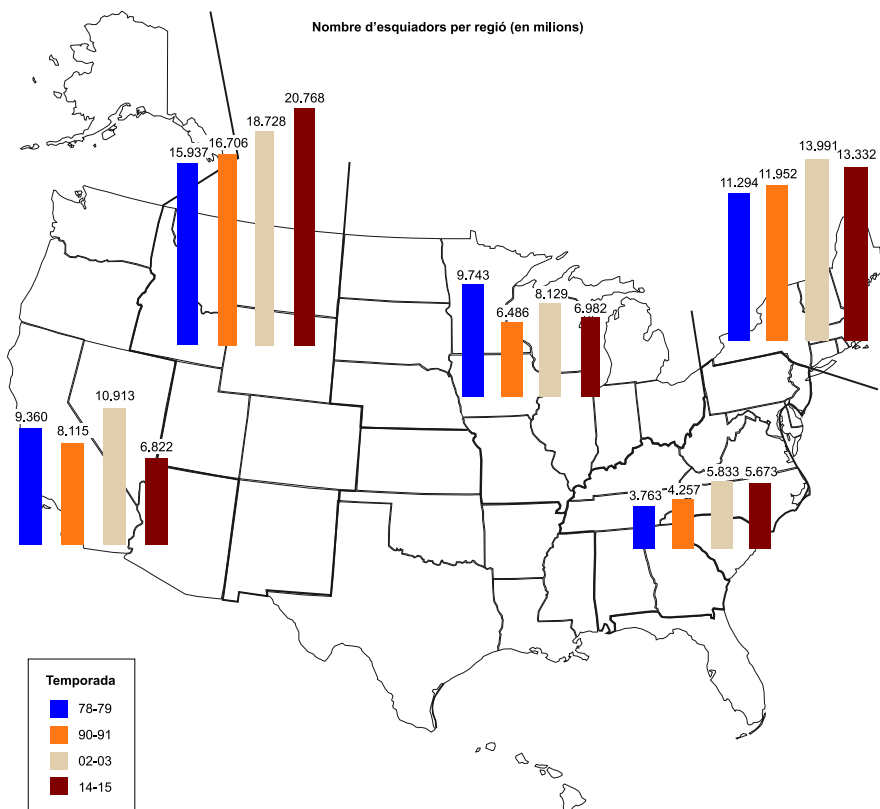


Font: National Ski Areas Association (2015).

L'anàlisi segons el nombre absolut d'esquiadors aporta una altra informació complementària. És la regió de les Rocalloses la principal destinació de turisme de neu dels Estats Units, sent les del Nord-est i el Pacífic les segones en importància (de mitjana, el conjunt del Pacífic se situa en 110.000 esquiadors, però la temporada que reflecteix el gràfic va ser molt dolenta). Amb molta menys importància caldria considerar les estacions de l'Oest Mitjà i del Sud-est, on les condicions orogràfiques i climàtiques són menys favorables.

Si atenem a l'evolució del nombre d'esquiadors dels darrers vint-i-cinc anys ens adonem que, malgrat que es tracti de dades d'evolució per regions, es poden constatar dos models diferents. D'una banda, aquells que registren creixements constants, no massa importants (si es compara amb el que succeeix a Europa en aquest mateix període), i de l'altra, aquells territoris que van registrar disminucions significatives cap al final dels vuitanta per a recuperar-se els darrers temps. Són els espais del Pacífic i Oest Mitjà. El dinamisme de la resta de regions i un cicle de vida que requereix rejuvenir-se s'identifiquen com les principals causes d'aquest comportament.

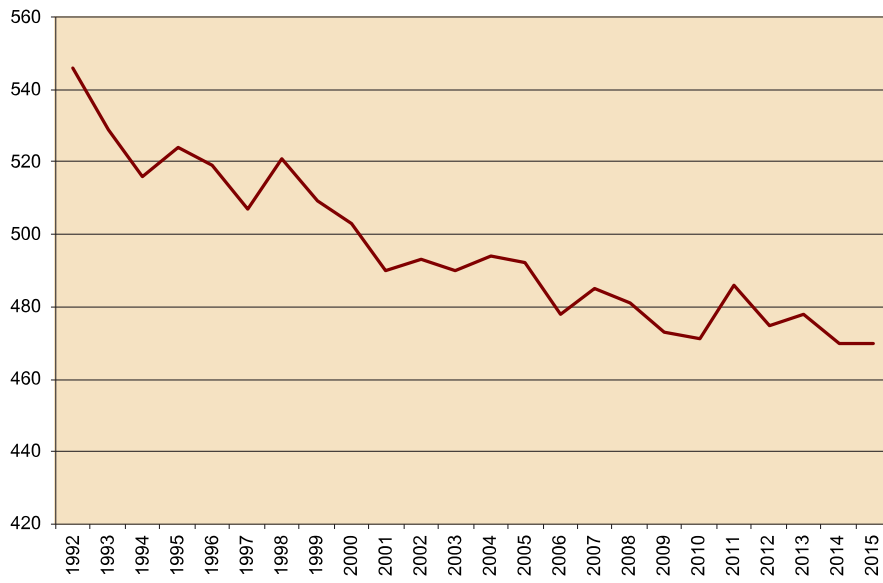
Figura 25. Distribució regional del nombre d'esquiadors



Font: National Ski Areas Association (2015).

És simptomàtic que mentre el nombre d'esquiadors augmenta, el nombre d'estacions d'esquí disminueixi de forma destacada. Les estacions d'esquí tendeixen a desenvolupar economies d'escala, sent cada cop més grans i establint-se unions entre elles; un model que també a Europa és una constant.

Figura 26. Evolució del nombre d'estacions d'esquí als Estats Units



Font: The National Ski Areas Association (2015).

3. El turisme urbà al món

3.1. Espai urbà, ciutat i turisme

El concepte d'espai urbà ha estat objecte de tractament ampli i profund per part dels analistes del territori. Geògrafs, arquitectes, economistes i fins i tot advocats han aportat conceptes i valoracions que pel fet de no tenir la mateixa perspectiva, han enriquit notablement l'aproximació científica al fet urbà.

L'aproximació al fet urbà des del territori pot tenir diversos nivells de lectura, el més rellevant és el de l'espai urbà com a àmbit funcional estructurat en el marc de la ciutat i el d'unitats administratives, que parteix de la gestió dels municipis. En el primer cas, a més, aquesta ciutat funcional pot tenir diferents nivells de cohesió, des de la ciutat central fins a la regió metropolitana. L'espai urbà de base és el continu, on les funcionalitats poden ser diverses, com ara residencial, industrial, de serveis, etc. Aquest espai pot ser inferior o ultrapassar els límits administratius del municipi, sent necessari llavors l'existència d'unitats de gestió superiors a la del municipi. La ciutat es pot entendre també com un espai funcional, on no tot el territori és un continu urbà, però que presenta elevades interrelacions i especialitzacions territorials depenent de la ciutat central.

Exemple

L'exemple més clar és la ubicació dels espais industrials al voltant de la ciutat central, o la localització de determinades infraestructures com l'aeroport de la ciutat, o els recintes firals que, com que comporten un consum elevat de sòl, necessiten ubicar-se fora de la ciutat central.

Des d'un punt de vista de l'anàlisi del turisme, la ciutat ha d'entendre's com un espai funcional de caràcter metropolità; és a dir, més enllà de l'estricta continu urbà.

A més, la delimitació formal de la ciutat segons la seva dimensió demogràfica, tot i que comuna a la major part de països, no presenta el mateix límit numèric de referència, des dels 2.000 fins als 20.000 habitants que es podria considerar com a límit, hi ha una notable variabilitat.

En turisme, però, aquesta aproximació és innecessària, ja que qui marca la delimitació és la percepció del visitant.

Com a punt de partida convé valorar dos aspectes estadístics fonamentals sobre el fet urbà:

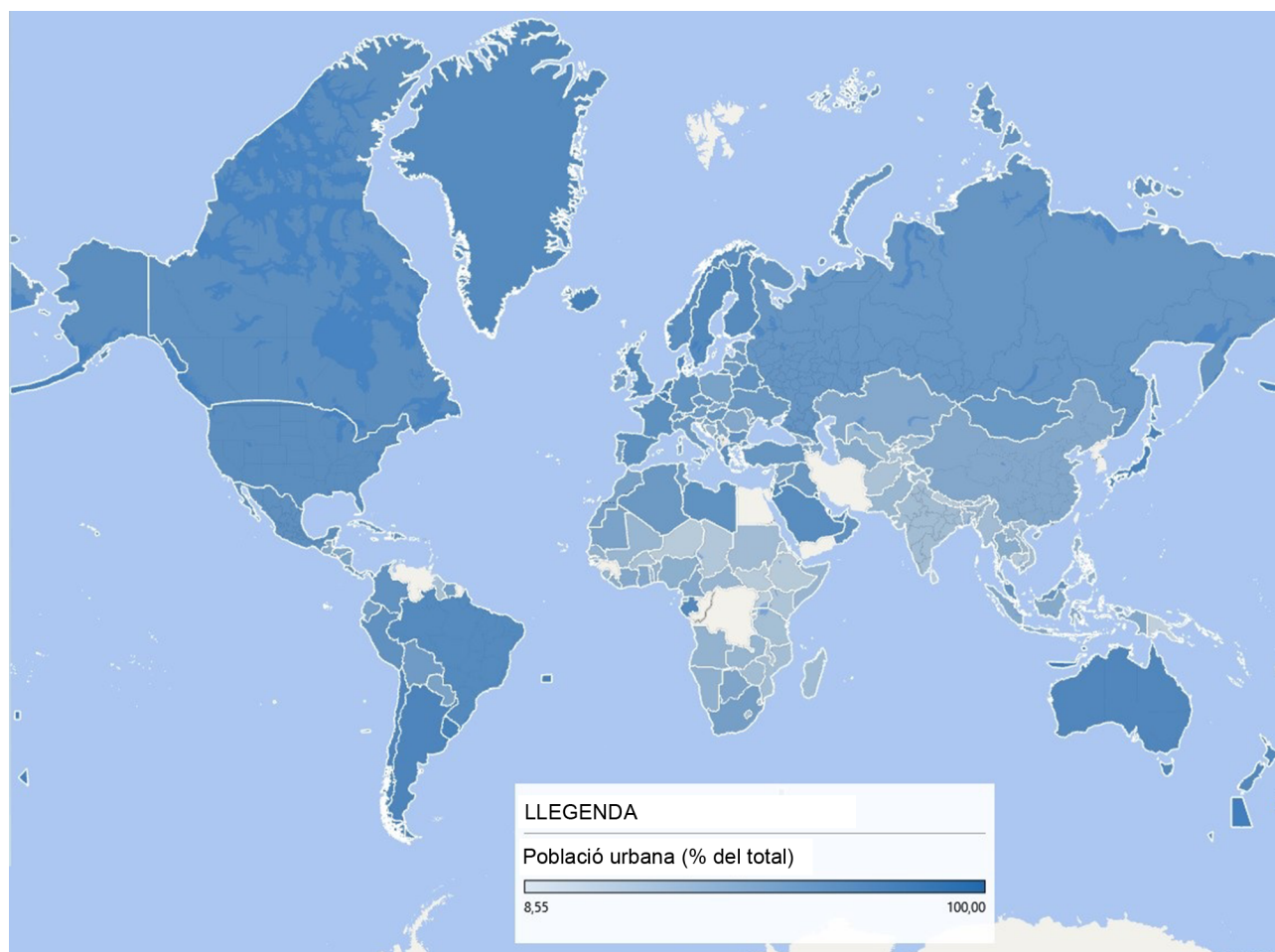
- D'una banda el grau d'urbanització dels diversos països, i

- de l'altra, la dimensió demogràfica de les ciutats.

Són aproximacions complementàries que ajuden a establir la realitat del fet urbà i la seva potencialitat de base com a destinacions de turisme. Així, un país o territori pot tenir un nivell elevat d'urbanització, però estar estructurat en ciutats petites o mitjanes, sense disposar d'autèntiques ciutats de projecció per al turisme. D'altra banda, també és possible que un territori tingui ciutats importants (Nigèria o Egipte en són bons exemples) però amb un baix percentatge de població urbana degut a la força de la població rural.

L'anàlisi del nivell d'urbanització que mostra el mapa permet constatar que no hi ha una única pauta en els processos d'urbanització. Les condicions de l'entorn natural i l'evolució històrica mostren realitats diferents tant en el si dels països desenvolupats com en els països en vies de desenvolupament.

Figura 27. Població urbana en relació amb el conjunt de la població l'any 2014



Font: Banc Mundial (2016).

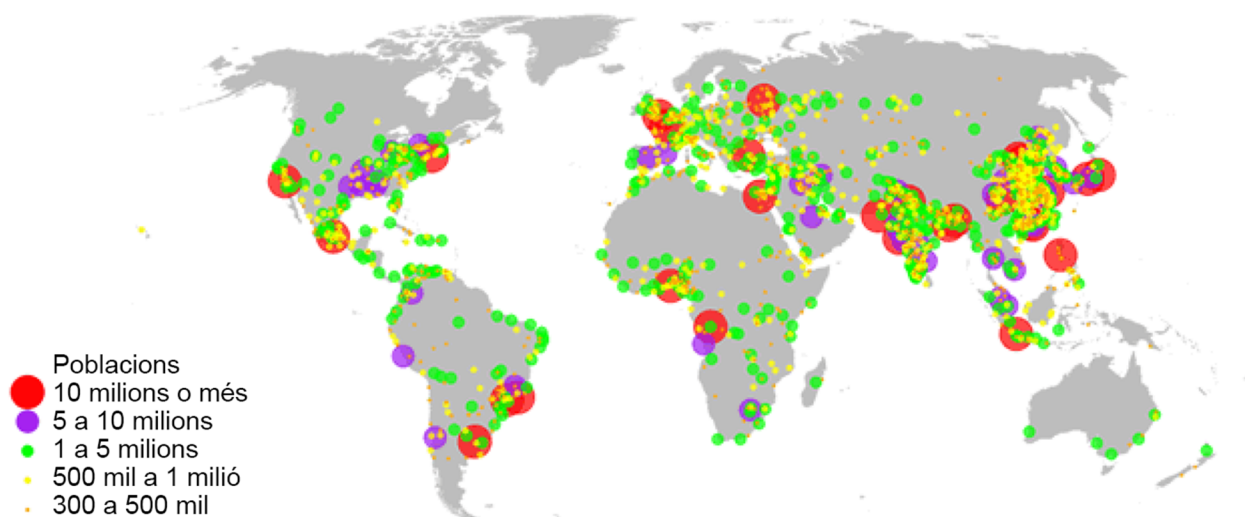
El nivell d'urbanització no és una dada excessivament adequada per a fer una aproximació al fet turístic urbà, però aporta algun criteri sobre la potencialitat del turisme urbà en el marc de cada país. Les pautes de percentatge de població urbana mostren en un principi un major pes de població urbana en els països desenvolupats, per bé que situacions específiques al Pròxim Orient i a

l'Amèrica Llatina matisen la idea de base que més desenvolupat és igual a més urbanització. Queda clar també que Àfrica i el Sud-est asiàtic són els territoris on menys percentatge de població urbana hi ha, el que no vol dir que no hi hagi ciutats destacables tant des del punt de vista demogràfic com turístic. Cal constatar, a més, el fet que territoris ubicats en zones on les condicions naturals són poc favorables per a l'hàbitat humà tendeixen a concentrar la població en espais urbans. El Canadà, el Brasil o Austràlia són una bona mostra d'aquest fet.

Una lectura dinàmica d'aquesta anàlisi introductòria ha de constatar el fet de la tendència mundial a la reducció de població rural i l'augment de població urbana. Aquesta tendència és resultat tant de la mecanització de les explotacions rurals i, per tant, de la presència d'excedents d'efectius de població en entorn rural com per la generació d'oportunitats de tota mena en els entorns urbans, molt més dinàmics, davant els espais rurals.

La perspectiva de l'anàlisi del fet turístic en espai urbà comporta a més una reducció necessària d'aquesta visió dinàmica i oberta. El turisme en espai urbà s'identifica indefectiblement amb el turisme que té com a objecte de desplaçament la ciutat i el seu entorn. Altre tipus de turisme que sovint es desenvolupa en espai urbà, com ara bona part del turisme litoral, no es pot considerar des de l'òptica del turisme com a específicament urbans, ja que la raó de ser del turisme en aquests espais no és l'atracció pel medi urbà, sinó pel litoral. En tot cas en algunes ciutats turístiques importants com ara Miami, Niça o Palma, s'hi dóna una doble motivació de visita turística, la litoral i la urbana.

Figura 28. Principals ciutats del món l'any 2014



Font: ONU, Divisió de Població (2015).

El creixement dels percentatges de població urbana ha estat el detonant de l'espectacular dimensió que algunes ciutats i metròpolis han adquirit durant el segle XX. Ciutats que tenen al voltant de 20 milions d'habitants no serien possibles sense el desenvolupament tecnològic en general i de les comunicacions en particular. El fenomen de les grans metròpolis i de les megalòpolis és, doncs, relativament recent. Bona part dels principals espais de concentració de grans ciutats desenvolupen estructures de relació funcional que ja ultrapassen el concepte de metròpoli i fan complexa l'avaluació del fet turístic en l'àmbit estrictament de la ciutat central o la seva àrea metropolitana.

El potencial demogràfic de les ciutats i els espais metropolitans és el primer criteri d'avaluació del fet urbà i un dels més significatius per a avaluar el potencial del turisme urbà, encara que no l'únic. Cal pensar que fins i tot en les grans metròpolis de l'Índia i la Xina, la dimensió demogràfica és un criteri d'aproximació al fet turístic significatiu. Molta població comporta molta concentració d'activitats econòmiques i, per tant, de potencial per al turisme de negocis.

Si ara fa cent anys les principals ciutats s'ubicaven als actuals països desenvolupats, a Europa, els Estats Units i el Japó, actualment és ben diferent. El nombre de ciutats i metròpolis principals s'ha desplaçat cap a zones de concentració de població com ara la Xina o l'Índia.

Europa manté un cert protagonisme, al voltant de mitja dotzena de ciutats, que des del punt de vista demogràfic són cada cop menys rellevants a escala mundial. També l'Amèrica del Nord ha vist disminuir el tradicional pes de les ciutats de la costa californiana i de Nova Anglaterra, en favor del creixement imparable de les ciutats de l'Amèrica Llatina, regió que de mica en mica es consolida com un eix de grans metròpolis d'escala mundial, entre les quals cal citar Ciutat de Mèxic i Sao Paulo.

Àfrica és un continent poc estructurat en nombre de grans ciutats, per bé que també en aquest cas l'explosió demogràfica facilita l'aparició de metròpolis importants.

3.2. L'espai del turisme a la ciutat

L'espai urbà que defineix la ciutat presenta funcionalitats diverses que es reflecteixen també en la tipologia d'activitats turístiques que cada espai de la ciutat pot oferir. Com que el model d'estructura urbana no és homogeni a escala mundial, tampoc no ho serà l'ús turístic d'aquest espai. El model de ciutat europea, amb una existència llarga en el temps, que ha deixat sobre el conjunt urbà mostres de la manera d'entendre i estructurar la ciutat és, potser, un dels models més coneguts i consumits i, en alguns aspectes, és similar al de les ciutats asiàtiques i algunes de les ciutats americanes, sobretot les d'estructura colonial.

Contingut complementari

Si Baltimore és el port de Washington, la visita a la ciutat portuària es pot entendre tant com a part de la visita a la capital federal com per si mateixa.

En aquesta mena de ciutats es poden identificar diversos espais d'especialització funcional d'interès en turisme:

- L'espai del **centre històric**, on es concentra la major part d'actius de caràcter monumental. Sovint emmarcats per una estructura urbana d'altres períodes i poc adequada per als usos contemporanis i sobretot per al trànsit motoritzat. Des del punt de vista del turisme, aquest espai concentra la majoria d'actius de caràcter monumental i museístic, però també urbanístics. Es tracta d'espais que per ser inadequats per a usos urbans contemporanis han mostrat signes de degradació urbanística, convertint-se sovint en espais d'exclusió social, fet força incompatible amb el seu ús turístic. Les ciutats mediterrànies, les de l'Amèrica Llatina i de bona part del Sud-est asiàtic són una bona mostra d'aquesta tendència, que de tota manera no ha estat absoluta. Potser les ciutats de cultura germànica i anglosaxona són les que millor han mantingut la funció central d'aquest espai, per bé que també ha existit la tendència a eliminar aquest espai i la seva renovació com a espai urbà més funcional sota l'òptica contemporània. És en aquests espais on les darreres dècades s'han fet esforços de recuperació tant per a la ciutadania com per al turisme. La recuperació urbanística i la rehabilitació d'edificis, encara que també la renovació, ha aconseguit que bona part d'aquests espais siguin ara com ara un dels principals al·licients del turisme urbà. És evident que aquesta dinàmica no ha estat igual a totes les ciutats que encara tenen un centre històric. Les ciutats de l'Europa occidental i nòrdica van registrar aquest procés molt abans que les denses ciutats mediterrànies. Els centres històrics poden determinar l'especialització turística de la ciutat fins al punt que hi ha un nombre de ciutats en què el seu turisme és de forma quasi exclusiva turisme cultural motivat pel patrimoni monumental. Encara que no són les úniques, sí que algunes ciutats italianes com Florència o Venècia són una mostra estereotipada d'aquesta especialització.
- L'espai del **centre de negocis**, on es concentra el principal dinamisme econòmic de la ciutat. Usualment aquest espai no s'ubica a la zona del centre històric (no està preparat per a fer aquesta funció), sinó en la zona dels eixamples que al llarg dels darrers segles han configurat el creixement recent de la ciutat. El paisatge constituït pels carrers amplis, planificats, sovint dominat per l'estètica dels gratacels, conformen l'espai del turisme de negocis de la ciutat i també el del turisme de compres. La dimensió econòmica i demogràfica de la ciutat és un referent fonamental per a entendre la importància del turisme de negocis. Són les principals ciutats i les seves estructures metropolitanes i de megàpolis les que indiquen sovint el pes d'aquestes ciutats. Nova York, París, Londres, Hong Kong, Tòquio o Pequín en són un bon exemple. La concentració de seus centrals d'empreses, grans bancs, hotels de prestigi i restaurants de renom són els elements que des de la funcionalitat turística identifiquen el centre de negocis.

- L'espai d'estructuració de la ciutat més recent és el que s'identifica, des d'una perspectiva urbanística, amb l'**espai de polígons**, ja siguin residencials o industrials. Són espais planificats tenint en compte les necessitats no tant de la ciutat com del seu espai metropolità. Des del punt de vista de la funcionalització turística, el més destacat d'aquests espais és la presència d'estructures firals, en la perifèria urbana i dels polígons industrials. Es tracta d'una especialització de diferent valor en l'ús turístic de la ciutat. D'una banda, els recintes firals representen un espai de concentració i usos intensius molt important per al turisme urbà. De l'altra, els espais de producció industrial que sovint envolten la ciutat central metropolitana marquen usos de caire més extensiu de turisme de negocis, per bé que poden definir especialitzacions en alguna ciutat de l'entorn metropolità. També per la seva especificitat cal considerar els aeroports, no tan sols com a espai d'accés a la ciutat, sinó per la concentració de serveis que generen al seu voltant.

3.3. El turisme urbà

Un dels grans problemes per a copsar el fet turístic en l'espai urbà és la dificultat per a homogeneïtzar criteris a l'hora de definir els límits de l'espai urbà. Moltes ciutats consideren espai urbà tan sols la ciutat central, mentre que d'altres inclouen tot l'espai productiu del seu entorn.

La mesura del fet turístic en espai urbà es pot fer des de diverses perspectives, tot i que les més usuals són les que ofereixen dades genèriques, ja sigui per la dimensió de l'oferta d'allotjament, del nombre de visitants o pels ingressos que genera. De tots ells el més utilitzat és el del nombre de visitants o bé el nombre de pernoctacions.

Tanmateix, l'avaluació del nombre de visitants en àmbit urbà no ha estat fins dates molts recents una acció massa comuna per part dels gestors del turisme de la ciutat. Amb tot, les dades que s'ofereixen són poc homogènies; és en el cas d'Europa i el de l'Amèrica del Nord en què s'ha treballat amb major insistència per tal d'oferir dades que aportin llum sobre el fet turístic en l'espai urbà.

En l'apartat anterior ja ha quedat clar que són diverses motivacions les que marquen el potencial de la ciutat i la seva especialització. Cal, però, una aproximació genèrica que reflecteixi amb dades objectives la importància del turisme a les diverses ciutats.

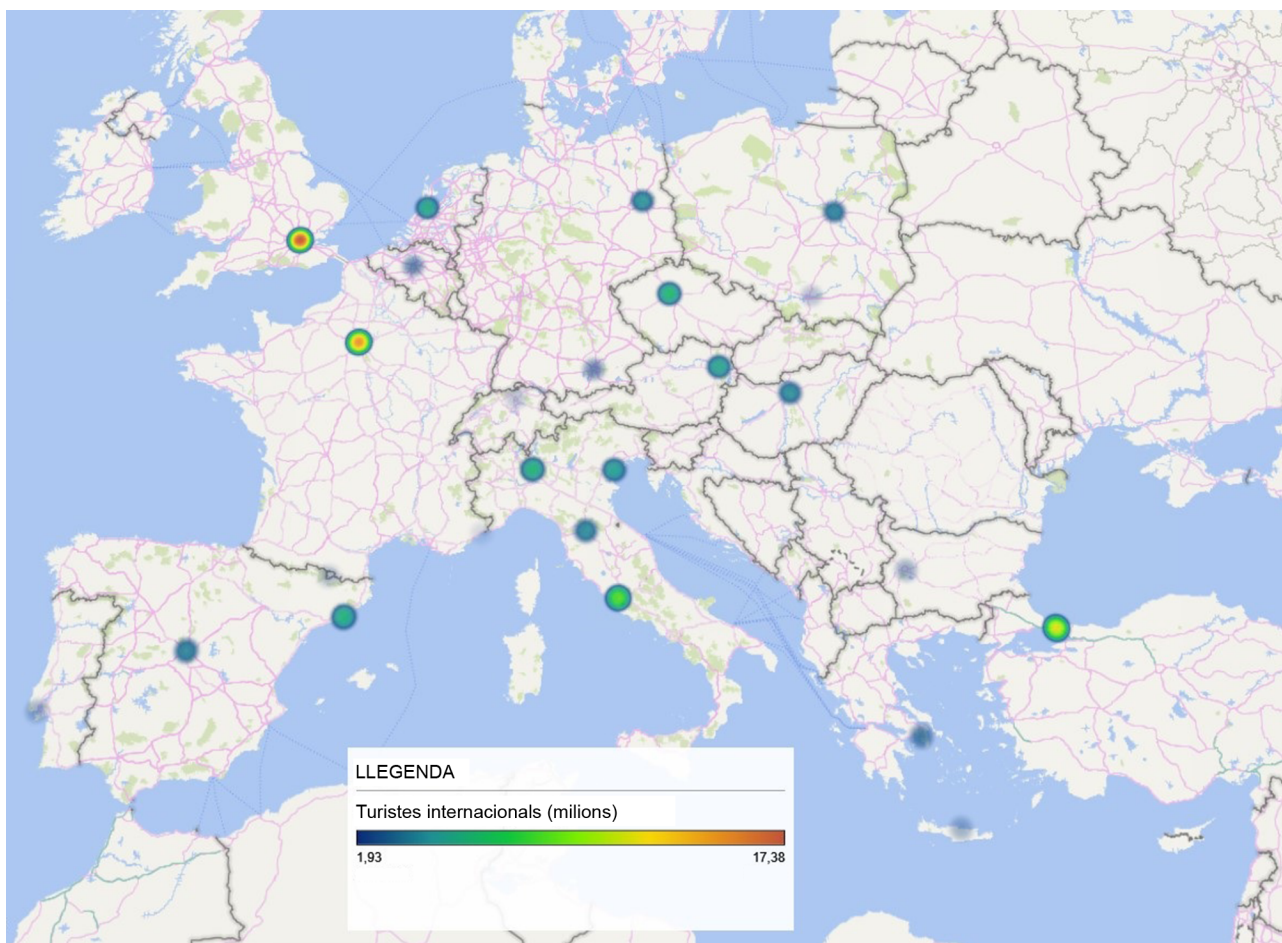
El turisme urbà és un fet comú a la major part de ciutats europees. La presència de centres històrics juntament amb el dinamisme econòmic de les ciutats del continent fan que el turisme cap a les ciutats sigui un dels fluxos més importants de desplaçaments turístics.

La densitat de població del continent i la proximitat dels mercats, que són sobretot els ciutadans de la resta de ciutats europees, fan que els usos siguin elevats. La figura 29 tan sols aporta dades de turisme per a ciutats dels països occidentals d'Europa, sent per a la resta de ciutats del continent menor el nombre de pernoctacions, en sintonia amb la dinàmica de les ciutats. Tan sols Atenes i Istanbul trencarien aquesta afirmació, atès el seu desenvolupament com a destinacions de turisme cultural.

Una anàlisi de detall mostra que les principals destinacions de turisme urbà del continent són les ciutats de Londres i París, antigues capitals de metròpolis colonials i centre de poder econòmic i polític. A més d'aquestes dues ciutats, convé destacar-ne d'altres amb un elevat nombre de pernoctacions com a resultat de fluxos de proximitat o de retorn (Dublín) i també per l'especialització monumental (Roma). Altres ciutats mostren valors elevats per la combinació d'actius monumentals o museístics i nus de comunicacions aèries (Madrid). Finalment, cal destacar el cas excepcional de la ciutat de Palma, que, tot i oferir un nombre de pernoctacions molt elevat, no es pot atribuir aquest valor al turisme urbà sinó a l'especialització en turisme litoral. És una bona mostra de la dificultat de definir els usos urbans i la seva correlació amb motivacions urbanes.

A les ja clàssiques destinacions de turisme cultural com Florència o Viena, hi convé afegir ciutats mediterrànies (Barcelona) o de l'antiga Europa comunista (Praga, Budapest) que han estat latents fins que les condicions externes i internes han estat favorables per al seu desenvolupament. Són les més noves destinacions urbanes i les que ofereixen major dinamisme després de Londres i París.

Figura 29. Pernoctacions a les principals ciutats de l'Europa occidental l'any 2014

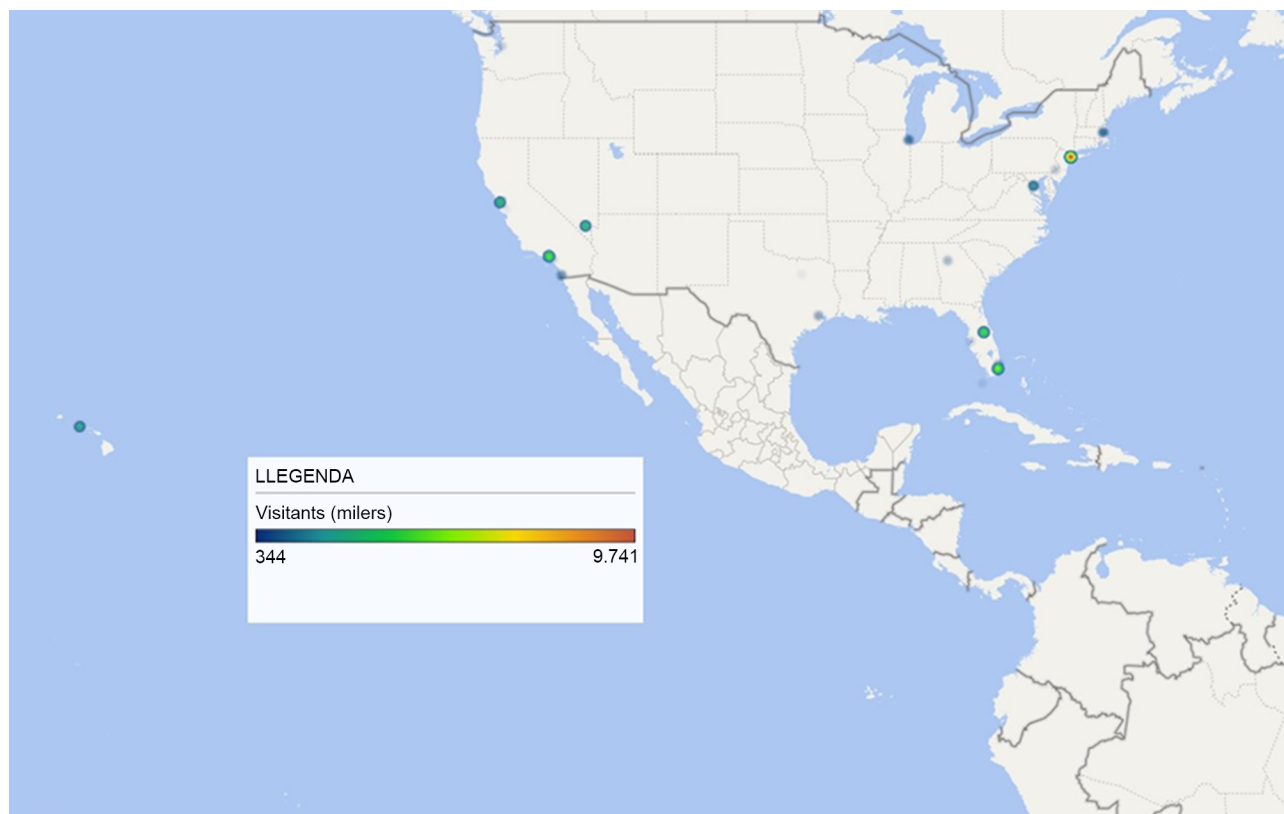


Font: Euromonitor Internacional (2016).

Una anàlisi similar es pot extreure del fet turístic als Estats Units d'Amèrica, un dels tradicionals espais del turisme urbà a escala mundial.

El dinamisme del turisme urbà als Estats Units ofereix una lògica una mica diferent del d'Europa (cal tenir en compte, però, que la dada mesurada no és la mateixa que en el cas d'Europa). La figura aporta informació sobre visitants procedents de països d'ultramar; per tant, no inclou el turisme domèstic, no el procedent del Canadà o l'Amèrica Llatina).

Figura 30. Nombre de visitants transoceànics a les principals ciutats dels Estats Units l'any 2014



Font: US Department of Commerce (2015).

D'entrada hi ha un gran desequilibri entre les principals ciutats i la resta, oferint una estructura territorial poc contínua. Destaca el pes de les ciutats amb oferta de lleure, com Orlando o Las Vegas. Són ciutats que es consoliden per l'impacte de la seva especialització turística. Es pot afirmar que són ciutats turístiques en la mesura que la major part del seu creixement ha estat determinat per aquest activitat.

Als Estats Units hi ha, però, ciutats amb un dinamisme i estructura turística similar al de les ciutats europees; convé destacar-ne San Francisco i Los Angeles a la costa oest i Nova York, Chicago o Washington a l'est. És evident que una anàlisi de major detall oferiria situacions d'especificitat com el cas de Washington, ciutat administrativa i lloc de peregrinació domèstica que supera la lògica de Brussel·les a Europa, convertint-se en una destinació a cavall entre la mítica i la mística. Als Estats Units es dóna amb força el model d'especialització de turisme litoral en espais urbans que ja s'ha caracteritzat per Europa en el cas de Palma. Ciutats com Honolulu o Miami tendeixen a oferir un elevat nombre de visitants relacionats amb aquesta motivació poc urbana. En aquest sentit convé destacar la concentració de ciutats amb aquesta funció turística a la costa de la Florida.

El dinamisme de turisme urbà també ofereix destinacions noves que fa un parell de dècades no eren ni de lluny tan rellevants com ho són ara. Entre les més notables, cal destacar Seattle i Atlanta. Aquesta per ser el principal nus

de comunicacions aèries del país i la ciutat del Nord-oest per la interessant combinació d'actius plenament urbans (negocis) amb d'altres més relacionats amb l'entorn (camp base per a les activitats d'esport i natura de Cascadia).

Amb tot, queda clar que el turisme urbà als Estats Units és una activitat sobretot vinculada a les ciutats litorals, d'aquesta manera l'interior del país és un espai on aquesta mena de turisme en clau internacional no té pes. Òbviament amb l'excepció d'Atlanta i, sobretot, Las Vegas.

3.4. La ciutat com a nus de comunicacions

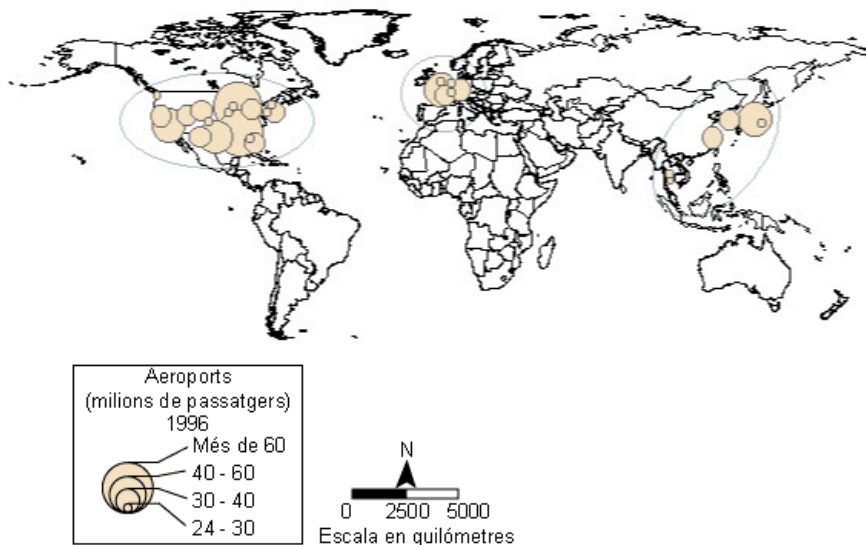
Un dels valors principals de la ciutat en clau turística és la seva funció de nus de comunicacions.

Ja sigui via terrestre, marítima o aèria, les ciutats concentren la major i millor accessibilitat de tot el territori.

Algunes ciutats han arribat a tenir una especialització destacada com a nus de comunicacions i des del punt de vista del turisme es converteixen en ciutats de pas. Atlanta n'és el millor exemple, però no l'únic.

El desenvolupament de l'accessibilitat és paral·lel a la importància de la ciutat, és, per tant, un criteri fonamental per a conèixer la dimensió turística de la ciutat. Una ciutat important és també un nus principal de comunicacions. Aquest axioma permet fer una aproximació global que les dades de visitants no ens permeten fer atesa la irregularitat amb què les dades de visitants s'ofereixen a escala mundial.

Figura 31. Els principals aeroports mundials el 1996



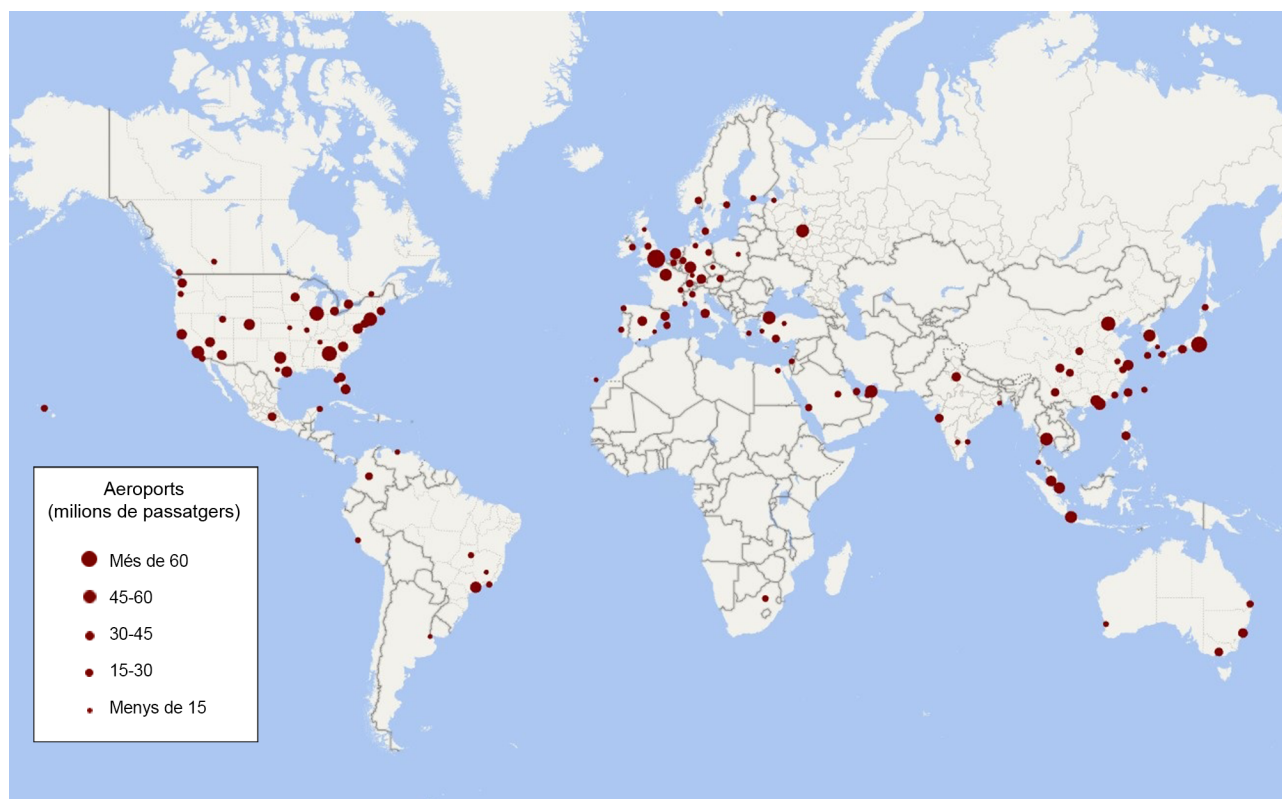
L'anàlisi de dades de passatgers en aeroport ens aporta a més un criteri retrospectiu força interessant. Així, l'any 1996, el trànsit aeri estava dominat exclusivament per les tres grans regions desenvolupades del món:

1) En primer lloc els Estats Units d'Amèrica, on la desregularització del tràfic aeri va facilitar la competitivitat i el dinamisme del sector. Aquest fet, unit a la baixa densitat urbana del país i a les enormes distàncies entre ciutats, va afavorir la cultura de viatge en avió de forma més destacada que a Europa o al Japó. Dues són les ciutats que ofereixen la funció de principal node de comunicacions aèries, Atlanta i Chicago. Són ciutats ubicades en espais no perifèrics a cavall entre la costa atlàntica i la pacífica i, per tant, en immillorable situació com a nus intern de comunicacions.

2) El transport aeri europeu centra els principals aeroport també en l'espai central continental amb un pes destacat de Londres, París i Frankfurt i menor d'Amsterdam.

3) La realitat asiàtica és una mica més complexa, en la mesura que no respon a un estructura de país com els Estats Units o de continent cohesionat com és el cas europeu. Amb tot, queda clar que són les principals ciutats com Tòquio, Hong Kong o Seül els nusos fonamentals de comunicacions amb l'aparició de ciutats relativament noves com a nusos de comunicacions aèries, com en el cas de Singapur, amb una magnífica situació intercontinental.

Figura 32. Els principals aeroports mundials el 2013



La situació actual del trànsit mundial de passatgers en aeroports no ha variat ostensiblement en aquest període, per bé que es poden constatar algunes tendències que sota la lectura de turisme urbà aporten algunes dades sobre la seva dinàmica.

Així en una anàlisi comparativa de la quota de mercat dels principals aeroports mundials per regions, destaca la tendència a perdre pes dels aeroports americans (encara i de lluny els més importants en conjunt) en favor de l'augment del pes relatiu de la regió asiàtica i dels principals aeroports europeus. Tanmateix, el dinamisme de trànsit fa que alguns aeroports perdin importància (Nova York, per exemple), mentre que d'altres apareguin amb força (Bangkok, Madrid). En aquest sentit, convé destacar la incorporació al club dels principals aeroports xinesos, amb Pequín al capdavant, com a mostra del dinamisme turístic i econòmic del país i de les seves ciutats.

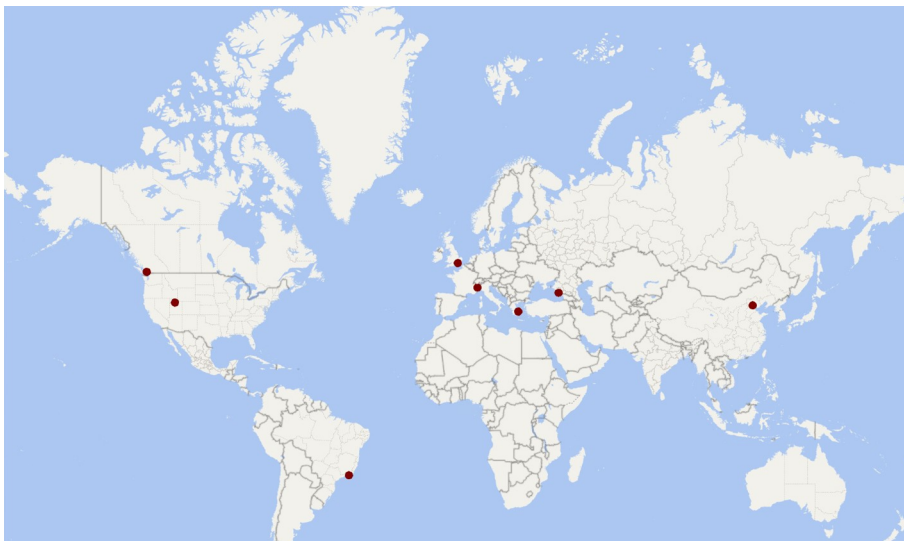
Una anàlisi de correlació entre la potència demogràfica i el trànsit de passatgers aeris, mostra disfuncions a les zones menys afavorides i a les zones més desenvolupades. Queda clar que el turisme urbà que utilitza l'avió és sobretot el que es dona a les ciutats de països desenvolupats. Això no significa que el transport aeri no sigui important per a qualsevol ciutat del món, però des d'una perspectiva comparativa és clar que és una activitat concentrada als països desenvolupats.

3.5. La ciutat com a espai de referència monumental i cultural

Ja s'ha fet referència al valor de la ciutat com a destinació multimotivacional com a resultat de la concentració en un espai relativament petit de multitud d'atractius. Alguns d'aquests atractius tenen un caràcter permanent, com és el patrimoni monumental o l'oferta comercial, en d'altres el seu valor és puntual, com pot ser la celebració dels Jocs Olímpics o qualsevol altre esdeveniment singular. Queda clar que tant en un cas com en l'altre, el fet de tenir un reconeixement específic és motiu de valor afegit.

Les escasses ciutats olímpiques modernes estan inscrites en un llistat únic a escala mundial, i aquest és un actiu real o potencial depenent de la capacitat de la ciutat per a instrumentalitzar-lo. Si bé és cert que les olimpíades tenen data de caducitat per a la ciutat organitzadora, també és cert que l'impacte en imatge i protagonisme mundial no acaba el dia que finalitzen els Jocs. Una ciutat que ha estat l'aparador mundial de l'esport manté durant quasi una dècada el protagonisme mediàtic i més si la ciutat sap mantenir-ne l'interès. En la mateixa línia d'esdeveniments singulars, cal ubicar les exposicions universals, i totes les manifestacions de caràcter cultural que a una escala menor posicionen les ciutats com a focus d'atractivitat. Un exemple d'aquesta realitat és la capitalitat cultural en el si de la Unió Europea.

Figura 33. Les ciutats olímpiques



Font: COI (2016).

L'anàlisi de la distribució territorial de les ciutats olímpiques mostra clarament com es reproduïx el model de les tres grans àrees de turisme urbà del món. Jeràrquicament domina el continent europeu per la densitat de cites olímpiques ampliant el seu àmbit d'acció a l'Europa oriental i també a l'Europa mediterrània. En segon lloc apareix l'Amèrica del Nord, amb la mateixa desestructuració de xarxa de ciutats ja detectada, però que incorpora tant pel nord canadenc com pel sud mexicà l'espai de turisme urbà regional. La tercera regió, amb menor pes, és l'asiàtica, que també en aquest cas s'amplia cap al sud incorporant les dues ciutats principals australianes.

Amb tot, el principal actiu de caràcter cultural de les ciutats és la seva elevada concentració de valors monumentals i museístics. Tal com s'ha expressat anteriorment, és el centre històric el principal espai on es localitza aquesta concentració, encara que algunes ciutats ofereixen bona part dels seus actius monumentals més enllà del centre històric (Barcelona, per exemple). Com que totes les ciutats amb una mínima història poden oferir actius de caràcter monumental, convé identificar un criteri que estableixi una jerarquia entre les ciutats.

Un dels més utilitzats en l'anàlisi turística es fonamenta en el reconeixement de la Unesco dins el llistat del Patrimoni Cultural Mundial, al qual poden accedir espais urbans en conjunt o determinats conjunts monumentals. Sigui com vulgui, el fet que una ciutat pugui oferir aquest reconeixement és una carta de presentació de qualitat per a identificar l'interès dels actius monumentals. Hi ha un element que impedeix identificar el potencial de turisme urbà cultural amb el nombre de ciutats del Patrimoni Mundial, i té a veure amb el procediment de declaració. La iniciativa ha de sortir de l'Estat i no de la Unesco, de manera que la inclusió està condicionada per la voluntat de l'Estat de treballar en aquesta línia. Sobta, per exemple, que l'Índia no tingui cap ciutat en el llistat, o que la Xina en tingui tan sols tres.

Ciutat de Patrimoni mundial

El nombre de ciutats de Patrimoni Mundial és força elevat, la concentració més destacada és la que es produeix a ciutats europees, sobretot a Itàlia (quaranta-cinc), Espanya (trenta-set), Alemanya (trenta-sis) i França (trenta-cinc). El llistat en termes comparatius té menys rellevància a l'Amèrica del Nord (deu ciutats als Estats Units i vuit al Canadà).

En canvi, ha estat una manera d'aparèixer en els llistats de destinacions urbanes per bona part de les ciutats monumentals de l'Àsia i Àfrica. A l'Àsia, sobresurt la Xina amb trenta-tres seguida de l'Índia (vint-i-cinc), l'Iran (dinou) i Corea del Sud (onze).

Al nord d'Àfrica, el Marroc (amb nou ciutats) i Tunísia (amb set) són els països amb més representació, mentre que, a l'Àfrica subsahariana, hi destaquen Etiòpia (vuit ciutats), el Senegal (quatre) i Sud-àfrica (quatre).

Finalment, el Pròxim Orient té un conjunt de 44 reconeixements, amb Israel que en té nou i Síria amb sis al capdavant.

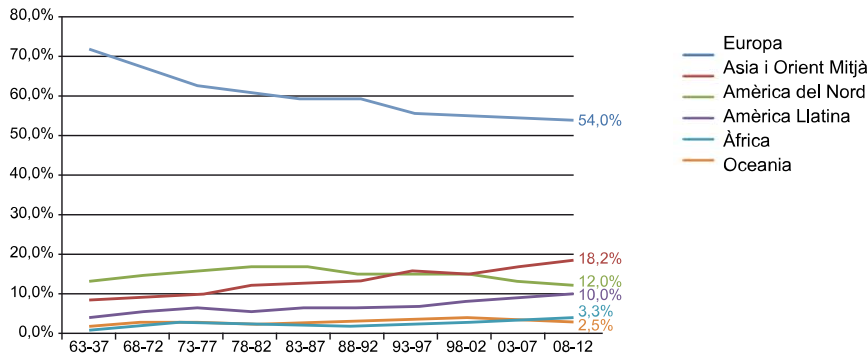
Una visió de conjunt permet afirmar que el llistat de la Unesco de ciutats de Patrimoni Mundial reforça el protagonisme del turisme urbà al continent europeu; que aquest espai s'amplia com a regió per a incloure la Mediterrània; que l'Amèrica del Nord no es pot considerar rellevant pel turisme urbà fonamentat en els actius monumental, però que, en canvi, l'Amèrica Llatina sí que té actius a oferir. A l'Àsia, malgrat la situació desigual i discontinua, es constata que en aquest camp les ciutats tenen un potencial enorme.

3.6. La ciutat com a espai de fires i congressos

L'activitat de congressos és una de les més genuïnament urbana, i des del punt de vista del turisme ho és sobretot perquè el nombre de congressos permet copsar l'atractivitat de la ciutat. Com que la major part de ciutats s'han dotat d'infraestructures congressuals i la major part té una oferta d'acollida destacada, el fet de disposar de congressos no depèn exclusivament d'aquests aspectes, sinó que sovint és una decisió més vinculada a l'atractivitat de la ciutat. Una atractivitat de difícil mesura que té a veure amb el valor del patrimoni monumental i museístic, amb la presència d'activitat econòmica i amb el dinamisme cultural. Una ciutat de congressos és una ciutat turística, probablement és una ciutat amb una dinàmica de creixement elevat o bé una ciutat consolidada com a destinació turística. Una ciutat de congressos és una ciutat desenvolupada i segura. No ha de sobtar, doncs, que la captura de congressos per part de la ciutat sigui prioritària i que la competència entre ciutats sigui ferotge.

L'anàlisi de la jerarquia urbana per a **congressos internacionals** (l'única fiable per a establir comparacions) permet constatar que Europa domina l'activitat congressual en assolir una quota del 54% del total, molt lluny del 18,2% de l'Amèrica del Nord.

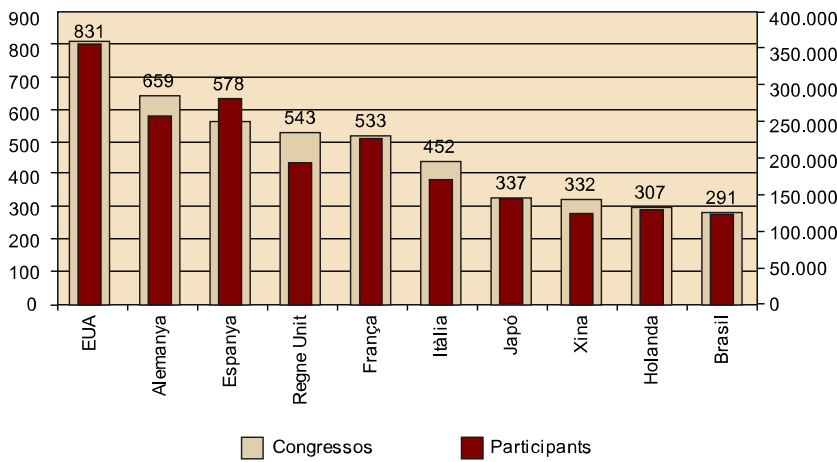
Figura 34. Evolució de la quota de mercat per a grans regions del turisme de congressos internacionals



Font: ICCA (2013).

Tanmateix, una anàlisi més detallada per països atorga la major quota de congressos internacionals als Estats Units, seguit per bona part dels països europeus.

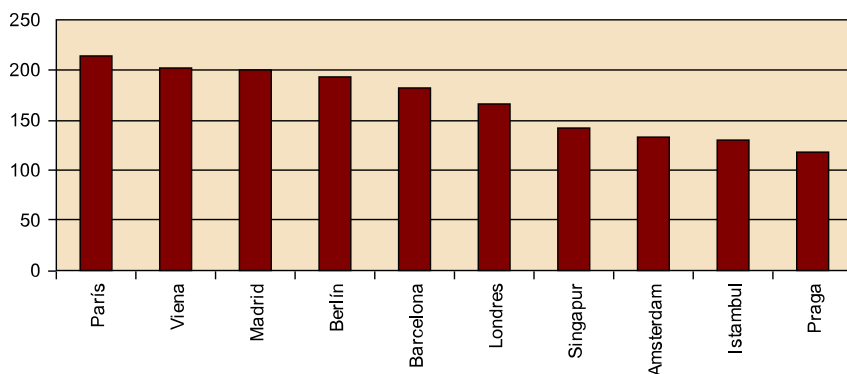
Figura 35. Quota de mercat dels deu principals països de turisme de congressos internacionals l'any 2014



Font: ICCA (2015).

Finalment, una lectura de detall de les principals ciutats organitzadores de congressos internacionals constata una jerarquia encapçalada per les grans capitals europees i per ciutats d'important dinamisme econòmic (Singapur) o cultural (Barcelona).

Figura 36. Quota de mercat de les deu principals ciutats de turisme de congressos internacionals l'any 2014



Font: ICCA (2015).

El dinamisme de congressos és tan elevat que fa que convingui prendre's amb prudència aquesta classificació que pot variar de ciutats ostensiblement d'un any per l'altre.

L'anàlisi del negoci de congressos és prou complex perquè segons els criteris que es defineixen la jerarquia urbana variï, i per tant es poden trobar classificacions diferents de les ofertes en aquest document. La Union of International Associations (UIA), en què es basen les dades, considera com a criteri per a valorar un congrés internacional les dades següents:

- nombre de participants superior a 300,
- nombre de participants internacionals superior al 40%,
- nombre de nacionalitats superior a 5,
- durada mínima de l'esdeveniment de 3 dies.

És obvi que si es varia qualssevol d'aquests criteris les dades poden ser substancialment diferents. Les xifres globals, les de grans regions i fins i tot les de països, no han de variar excessivament, però sí que ho fan les de ciutats.

L'altre gran actiu del turisme típicament urbà és el de **fires**. A diferència dels congressos, on una ciutat de moda (Barcelona) pot esdevenir un dels principals referents a escala mundial, el turisme de fires aporta una major correlació amb la dimensió econòmica de la ciutat. Hi ha ciutats amb poc pes demogràfic, però que ofereixen una potent estructura econòmica regional. En aquest sentit es pot afirmar que són les ciutats més importants de cada continent les que reuneixen major presència d'activitat firal. En el cas d'Europa destaquen Londres, París, Milà i Frankfurt.

La mesura de la importància de l'activitat firal pot tenir, també, diverses aproximacions. Els indicadors més usuals són la superfície contractada, el nombre d'expositors i el nombre de visitants, per bé que aquesta darrera dada varia molt si allò que s'analitza és una fira de professionals o una fira oberta al públic en general.

El dinamisme del sector de fires és fort i es concentra als països desenvolupats; la presència firal a la resta del món és força anecdòtica. Tan sols algunes ciutats com Sao Paulo a Amèrica o els enclavaments de Singapur i Hong Kong trenquen aquesta norma.

4. El turisme en espais naturals

4.1. El turisme i la preocupació mediambiental

La preocupació i conscienciació mediambiental que s'ha estès durant aquests darrers anys ha afavorit que el creixement de les àrees naturals protegides hagi estat important, regulant-se i incloent-se en les diferents legislacions una àmplia categoria de figures de protecció. La conservació, avui en dia i sense cap mena de dubte, és objecte d'una valoració creixent per part de les societats modernes. Segons l'ONU (CNUMAD, 1993), el manteniment de la diversitat de les espècies biològiques (plantes, animals, etc.) és un element clau per al desenvolupament sostenible del planeta. La transició cap a un model sostenible exigeix un ús molt més efectiu dels recursos naturals i també una major consideració dels impactes ambientals i econòmics en la seva utilització.

L'establiment i la gestió d'àrees protegides és una de les vies més importants per a assegurar que els recursos naturals mundials es conservin de manera que puguin respondre a les necessitats materials i culturals de la humanitat present i futura. L'Estratègia Mundial per la Conservació, presentada el 1981, va demostrar que la conservació dels recursos vius és essencial per al desenvolupament sostenible, en contribuir entre d'altres coses al següent:

- 1) Mantenir l'estabilitat ambiental regional.
- 2) Mantenir la capacitat productiva dels ecosistemes.
- 3) Proveir d'oportunitats per a la investigació i la gestió d'espècies silvestres i ecosistemes.
- 4) Donar oportunitats per als programes d'educació ambiental del públic en general.
- 5) Proveir d'oportunitats per al desenvolupament rural.
- 6) Proporcionar bases per a la recreació i el turisme.

El manteniment d'aquestes àrees protegides, però, comporta una despesa econòmica que en la majoria dels casos sol aportar el sector públic. Ara bé, això canvia. La necessitat de justificar l'existència econòmica de moltes de les àrees protegides i la recerca de fórmules per a autofinançar-les fa que s'inclouï en els plans de la seva utilització un apartat destinat al desenvolupament turístic. La finalitat de la mesura és produir una nova font d'ingressos per als parcs, amb

la intenció que el turisme els converteixi en autosuficients. Però aquests no són els únics motius del creixement d'activitats turístiques com l'ecoturisme, sinó que també cal fer referència a la noves motivacions de la demanda.

Parlar de les relacions del turisme i l'ecologia és un tema obligat en els moments actuals en què es planteja una revisió dels esquemes de desenvolupament com a premissa per a protegir el medi ambient. Ja que el turisme s'ha pres com una alternativa important per al desenvolupament dels països de l'anomenat *Tercer Món*, convé analitzar els possibles efectes ambientals que consegüentment poden aparèixer.

Avui en dia, la conservació de la natura, acompanyada del desenvolupament sostenible, és la modalitat turística coneguda amb el nom d' **ecoturisme**. L'ecoturisme no sols es fonamenta per les seves implicacions ambientals vinculades a la utilització i conservació d'àrees protegides sinó també pels aspectes relacionats amb el desenvolupament econòmic dels diferents països i regions. L'ecoturisme s'ha vist com una nova activitat on els països subdesenvolupats poden explotar els seus recursos naturals. A més a més, presenta oportunitats per a promoure fites de conservació i desenvolupament i oferir alternatives per a poder atraure l'atenció mundial i el finançament cap als països considerats endarrerits.

L'ecoturisme ha atret l'atenció de molts turistes cap a les àrees protegides, captant el suport polític i econòmic a escala internacional i domèstic per a crear més espais protegits.

Per a portar a terme una bona estratègia de desenvolupament regional i de foment de l'ecoturisme, hi hauria d'haver un tractament adequat del medi (accessibilitat, promoció, seguretat, etc.) i maximitzar els diferents factors productius compatibles amb la conservació de la natura. El nou ordre del turisme exigeix un ús sostingut i no abusar a curt termini del medi ambient.

4.2. Les categories d'espais naturals protegits

4.2.1. Àrea natural protegida

Les àrees naturals s'han de conceptualitzar com a veritables projectes regionals de desenvolupament sostenible i elements estructuradors de nous processos de desenvolupament social i progrés local. Això requereix inversions (finançament) i també solucions institucionals específiques que permetin assimilar i fer productius aquests esforços d'inversió. Sense una solució institucional local resultaran inútils i improductives les iniciatives de conservació i desenvolupament sostenible.

Però què s'entén per àrea protegida?

Enllaç d'interès

Per veure una base de dades de les àrees protegides al món podeu entrar en el web següent:
[http://
www.protectedplanet.net](http://www.protectedplanet.net)

Una àrea protegida és una superfície de terra i/o mar especialment consagrada a la protecció i al manteniment de la diversitat biològica o biodiversitat, i també a la protecció dels recursos naturals i culturals associats.

Biodiversitat

La biodiversitat representa el principal recurs natural, és el capital biològic, el banc del planeta, i, el més important, la seva pèrdua és un procés irreversible. Hi ha diferents definicions de diversitat biològica, i totes coincideixen a referir-se, segons A. Mittermeier (1993), a tres qüestions bàsiques:

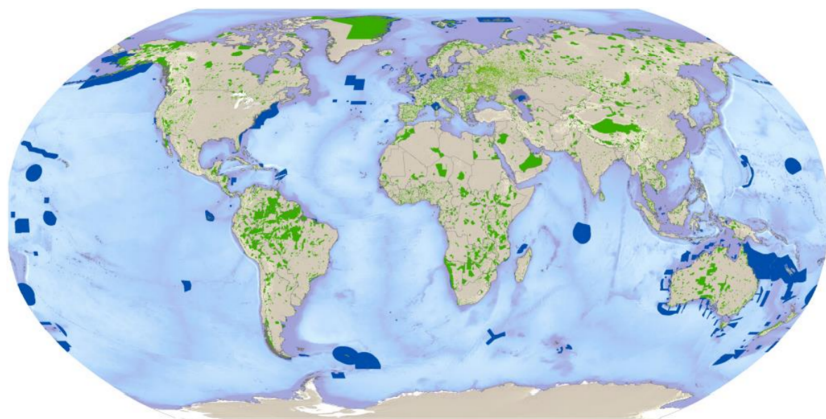
- a) el nombre d'ecosistemes presents en una regió o en un país,
- b) l'heterogeneïtat vegetal i animal, i
- c) la variabilitat genètica que hi ha entre els organismes.

El concepte de *país megadivers* només s'aplica al reduït nombre que acullen un percentatge extraordinari en biodiversitat. Una dotzena de països (els Estats Units, Mèxic, Colòmbia, l'Equador, el Perú, el Brasil, el Zaire, Madagascar, l'Índia, la Xina, Indonèsia i Austràlia) compten entre un 60% o un 70% de la diversitat biològica del planeta.

Un sistema nacional d'àrees protegides no sols ha de plasmar un compromís polític i social amb la conservació, sinó també un compromís governamental per a finançar i proporcionar assignacions pressupostàries per al manteniment i maneig de les àrees, tot i que la realitat financera de la majoria dels països i les possibilitats futures plantegen desafiaments ineludibles que ens obliguen a diversificar el finançament per a la conservació.

Cobertura d'àrees protegides

Les àrees protegides cobrien l'any 1994 un 10% de la superfície terrestre i d'aigües interiors. L'any 2014, aquest percentatge se situava al 15,4% (en total 20,6 milions de quilòmetres quadrats). Tot i així, la seva distribució és extremadament variada. L'Amèrica Central i del Sud són les regions amb un percentatge major, amb el 28,2 i el 25% respectivament. Si exceptuem l'Antàrtida, la resta de regions poblades del planeta tenen uns nivells de protecció sensiblement inferiors: l'Orient Mitjà té un 15,2% del territori protegit, l'Àfrica, el Carib, l'Amèrica del Nord i Oceania se situen al voltant del 14,5, mentre que a Europa aquesta cobertura baixa fins al 13,6%, i a l'Àsia, al 12,4%. El mapa següent mostra la localització de les àrees protegides terrestres i marines.



Font: UNEP-WCMC (2014).

També cal considerar les àrees protegides marines. L'any 2004 només representaven el 2% dels mars i els oceans, però avui han augmentat fins al 8,4%. Aquestes dades demostren que encara queda molt per a fer, sobretot tenint en compte el gran valor biològic que s'amaga en el fons marí i l'interès creixent per part dels turistes en activitats com el busseig.

Hi ha varies categories de gestió en un sistema d'àrees protegides i d'acord amb els objectius de conservació de l'àrea, cadascuna d'elles és homologable a un determinat model establert per la Unió Internacional per a la Conservació de la Naturalesa (UICN). En un intent d'aclarir la situació excessivament diversa de figures i objectius, la UICN va establir la seva pròpia classificació, jerarquitzant les diferents categories. Aquestes deu categories, classificades segons els seus objectius de maneig, són les següents (diversos autors, 1990; Vera i altres, 1997):

Taula 3. Categories de gestió d'àrees protegides segons la UICN

I. Reserva natural estricta/reserva natural silvestre. El seu paper és protegir la natura i mantenir inalterats els processos naturals, amb l'objectiu de disposar d'exemples ecològicament representatius del medi ambient natural per a fins científics, de monitoratge ambiental, d'educació i de manteniment de recursos genètics en un estat dinàmic i evolutiu.

II. Parc nacional. Protegeix àrees naturals i escèniques excel·lents d'importància nacional o internacional per a usos científics, educacionals i recreatius. Són àrees relativament grans que no han estat substancialment alterades per l'home, on no es permet utilitzar recursos amb finalitats extractives. Quan es parla de parcs nacionals es relaciona directament amb la conservació de la natura, en primer terme, i en segon lloc, amb la recreació.

III. Monument natural. La seva funció és preservar i protegir elements naturals específics de rellevància nacional a causa de les seves característiques úniques o d'especial interès. Aquestes àrees són relativament petites i estan enfocades a protegir trets naturals específics.

IV. Àrees de gestió d'hàbitats i espècies. Garanteix les condicions naturals necessàries per a mantenir, conservar i restaurar espècies de rellevància nacional, grups d'espècies, comunitats biòtiques o característiques físiques del medi ambient. Es permet l'aprofitament controlat d'alguns dels seus recursos naturals.

V. Paisatges protegits terrestres i marins. Serveix per a protegir i gestionar paisatges rellevants que siguin característics d'una interacció harmònica entre l'home i el medi. Han d'oferir oportunitats per a la recreació i el turisme, immersos en un estil de vida local, i conservar les activitats econòmiques pròpies del lloc. Són àrees que contenen un mosaic de paisatges naturals i culturals de gran qualitat escènica i on es mantenen els usos tradicionals del sòl.

VI. Àrea protegida amb recursos gestionats. Protegeix els ecosistemes naturals i usa els recursos naturals de forma sostenible, sempre que la conservació i l'ús sostenible puguin beneficiar-se mútuament.

Font: UICN.

Taula 4. Altres categories internacionals de protecció

VII. Reserva antropològica/àrea biòtica natural. Permet la continuïtat de formes de vida de societats que viuen en harmonia amb l'entorn sense la intervenció de tecnologies modernes. Aquesta categoria és apropiada quan les poblacions indígenes extrauen recursos de forma tradicional.

VIII. Àrea d'usos múltiples/ àrea de recursos sota maneig. Àrees on es fa compatible una producció sostinguda: aigua, productes de fusta, vida silvestre, espais verds per a la pastura i per al turisme, amb la conservació de la natura orientada primordialment al suport d'activitats econòmiques. Àrees relativament grans i generalment amb coberta boscosa. Poden contenir zones per a la producció sostenible de productes forestals, aigua, flora i fauna silvestres. Estaran quasi sempre sotmeses a control en funció dels usos que se'n facin o dels seus recursos.

Font: UICN.

IX. Reserva de la biosfera. Aquesta figura s'inscriu dins del programa *Man and Biosphere* (MAB) de la Unesco del 1974, i que cerca com a finalitat constituir una xarxa internacional de mostres representatives dels grans ecosistemes mundials (Azqueta i Pérez, 1996). Aquesta figura pretén conservar per a ús present i futur la diversitat i integritat de les comunitats biòtiques de plantes i animals dins dels ecosistemes naturals, salvaguardant la diversitat genètica de les espècies per a permetre la continuïtat dels processos evolutius. Aquests llocs es designen internacionalment i són gestionats per a la investigació, educació i capacició. Són àrees d'importància mundial en termes de recursos naturals i culturals, prou extenses per a permetre la coexistència harmònica de diferents modalitats de conservació, ús i aprofitament sostenible dels recursos. Generalment són reconegudes per la Unesco.

Figura 37¹. Reserves de la biosfera al món (excepte Europa) (2016)

Figura 38². Reserves de la biosfera a Europa (2016)

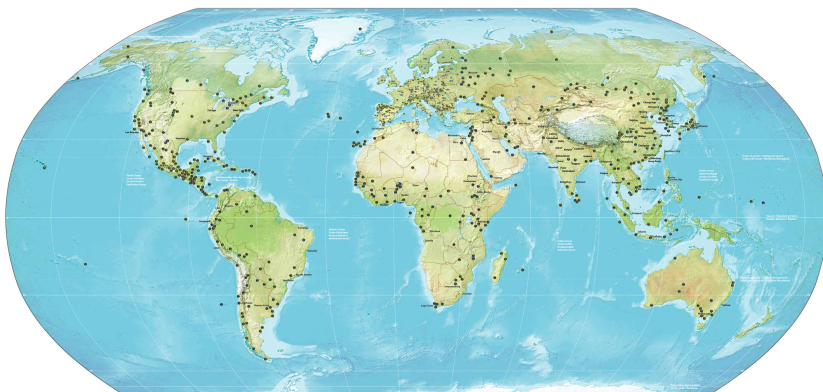
Segons el darrer recompte realitzat per la Unesco el 2016, hi ha un total de 669 reserves de la biosfera repartides en un total de 120 països, incloent-hi els espais transfronterers. La distribució no és homogènia i és sorprenent el nombre elevat de reserves que es centren a Europa i als països de l'Amèrica del Nord. Encapçalant la llista de països amb major nombre de reserves de la biosfera hi ha Espanya, amb un total de 48, seguida dels EUA, amb 47, Mèxic, amb 42, Rússia, amb 41 i, a més distància, la Xina, amb 33.

X. Lloc de patrimoni mundial. L'objectiu principal és protegir les característiques naturals per les quals l'àrea es considera d'importància sobresurt a escala mundial. Les àrees sota aquesta categoria formen una selecta llista de llocs naturals i culturals nomenats pels països signants de la Convenció per la Protecció del Patrimoni Mundial, Cultural i Natural.

Font: UICN.

(1)

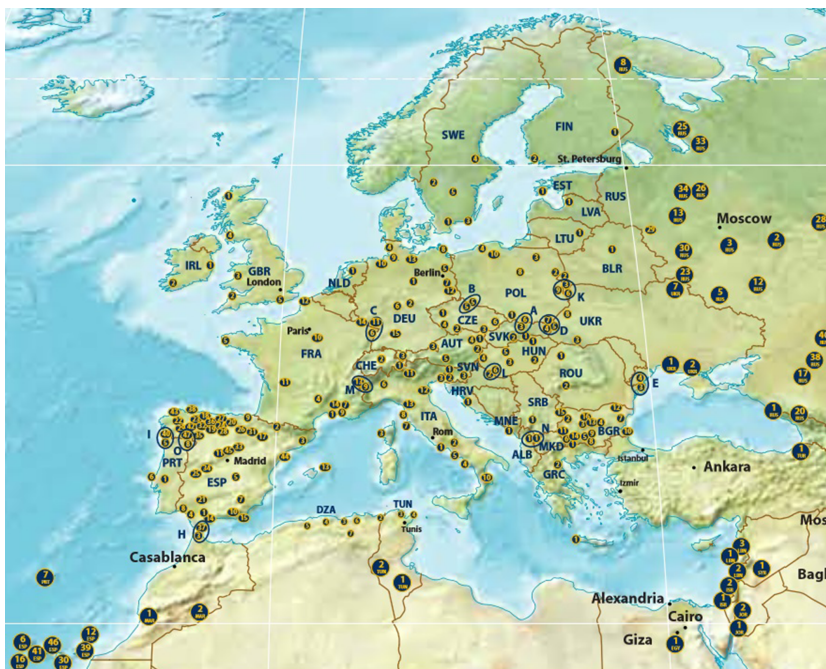
Figura 37. Reserves de la biosfera al món (excepte Europa) (2016)



Font: Elaboració pròpia a partir de la Unesco.

(2)

Figura 38. Reserves de la biosfera a Europa (2016)



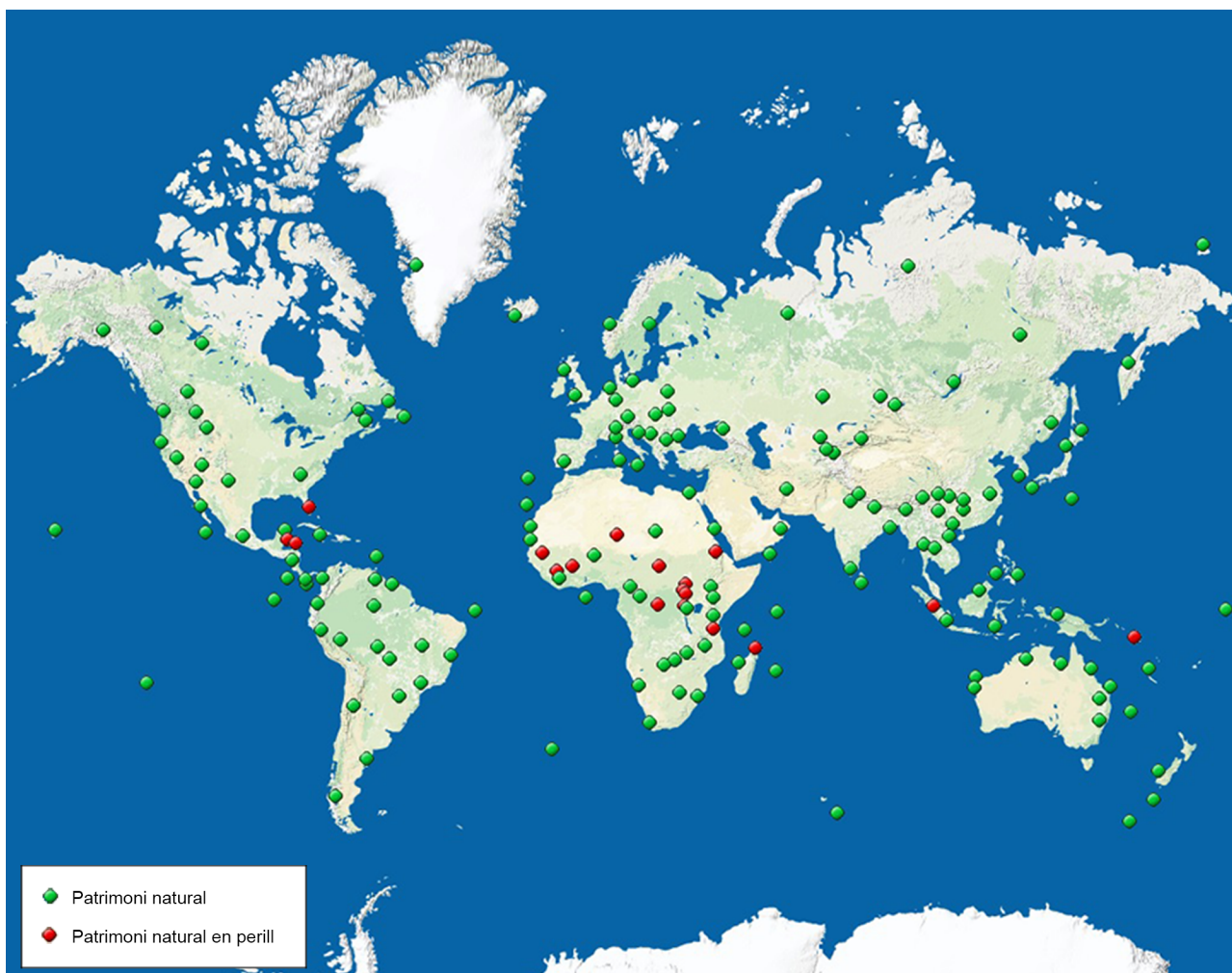
Font: Elaboració pròpia a partir de la Unesco.

L'Organització de les Nacions Unides per l'Educació, la Ciència i la Cultura (Unesco) és l'encarregada de promoure la identificació, la protecció i la preservació del patrimoni cultural i natural de tot el món considerat especialment valuós per la humanitat.

Segons l'últim recompte hi ha un total de 198 llocs considerats patrimoni natural de la humanitat i 33 de mixtos, que combinen els valors naturals amb els culturals. Quan parlem de patrimoni natural de la humanitat estem davant d'un patrimoni amb un valor excepcional.

Segons la mateixa Unesco, per a un país és un prestigi i un privilegi, i alhora una responsabilitat, que algun dels seus llocs naturals o culturals sigui declarat patrimoni mundial, perquè n'han d'assegurar la conservació i la protecció.

Figura 39. Llocs declarats Patrimoni Natural de la Humanitat



Font: Web de la UNESCO (2016).

Es pot constatar que el continent amb més presència d'espais naturals declarats Patrimoni Mundial és Europa, amb 51 llocs. La presència important al mapa de l'**Europa de l'Est** és un testimoni sorprenent que en la majoria dels casos passa desapercebut i al qual no s'ha donat el reconeixement que es mereix.

En segon lloc, destaca l'**Àfrica**, amb un total de 46, tots ells de gran valor i encara molt desconeguts per a la majoria de nosaltres, com els parcs nacionals de la República Democràtica del Congo. Aquest continent és el que té un major nombre d'espais en perill, un total de 14.

En tercera posició se situa la regió de l'**Amèrica Llatina**, que abraçaria des de Mèxic fins a l'extrem meridional del continent de l'Amèrica del Sud, on, com mostra el mapa, quasi tots els països tenen com a mínim un espai declarat Patrimoni de la Humanitat.

L'Àsia no es queda enrere: recordem que en aquest continent hi ha països amb una gran riquesa natural considerats països megadiversos, com és el cas de l'Índia, o la mateixa Austràlia, amb un total d'11 zones declarades Patrimoni Universal, com la Gran Barrera d'Esculls o els parcs nacionals de Kakadu i de Uluru-Kata Tjuta.

L'ús turístic és considerat com a objectiu primari en aquelles àrees protegides que es troben sota la categoria de: parc nacional, paisatge protegit, àrea d'usos múltiples i lloc de patrimoni mundial, fet que obliga els gestors d'aquestes àrees a considerar-ho i a prendre les mesures oportunes. En el cas dels monuments naturals, l'ús turístic, tot i que no sigui un objectiu primari, sí que es considera un objectiu important. En canvi, per a categories de protecció molt més restrictives com: la reserva o santuari de vida, la reserva antropològica o la reserva de la biosfera, l'ús turístic no es considera un objectiu principal o una funció final, però no se'n descarta la possibilitat sempre que els recursos que es protegeixen ho permetin.

Reserves de la biosfera

Amb relació a les reserves de la biosfera, cal dir que, tot i que és una figura que protegeix espècies d'alt valor ecològic i biològic i que, per tant, sembla que a simple vista l'ús turístic no hauria d'estar previst, s'ha enregistrat en aquests darrers anys un interès creixent per part dels turistes. Les possibles raons podrien ser la singularitat i l'autenticitat dels recursos que s'hi protegeixen o bé perquè els mateixos governs inciten el seu ús turístic per a oferir un nou valor a l'oferta.

Taula 5. Categories internacionals d'àrees protegides i els seus objectius de conservació

Objectius de conservació	Reserva natural estricta	Parc nacional	Monument natural	Àrea de gestió d'hàbitats/espècies	Paisatge protegit	Àrea de recursos gestionats	Reserva antropològica	Àrea d'usos múltiples	Reserva de la biosfera	Llocs de patrimoni mundial
Manteniment d'ecosistemes representatius en estat natural.	1	1	1	1	2	3	1	2	1	1
Manteniment de la diversitat ecològica i regulació ambiental.	3	1	1	2	2	2	1	2	1	1
Conservació de recursos genètics.	1	1	1	1	2	3	1	3	1	1
Proveir educació, investigació i monitoreig ambiental.	1	2	1	1	2	3	2	2	1	1
Conservació de conques hidrològiques.	2	1	2	2	2	2	2	2	2	2

1. Objectiu primari per a manejar l'àrea i els recursos.

2. No necessàriament primari, però sempre inclòs com un objectiu important.

3. Inclòs com un objectiu que es pot aplicar quan el recurs i altres objectius de maneig ho permeten.

Font: Elaboració pròpia a partir de les dades de diversos autors (1990).

Objectius de conservació	Reserva natural estricta	Parc nacional	Monument natural	Àrea de gestió d'hàbitats/especíes	Paisatge protegit	Àrea de recursos gestionats	Reserva antropològica	Àrea d'usos múltiples	Reserva de la biosfera	Llocs de patrimoni mundial
Control d'erosió, sedimentació i infraestructura localitzada aigües avall.	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
Producció de proteïnes i productes animals d'origen silvestre; caça i pesca esportiva.			2		3	3	3	1	3	1
Proveir recreació i serveis turístics.		1	2	3	1		3	1	3	1
Producció de fusta, faratge i productes pesquers sobre la base del seu aprofitament sostenible.				3	2		3	1		3
Protecció de llocs i objectes de patrimoni cultural, històric i arqueològic.		1	3		1	3	1	3	2	1
Protecció de la bellesa escènica i d'espais oberts.	3	1	2	2	1			3	2	1
Mantenir opcions obertes: gestió flexible; ús múltiple de recursos.					3			3	2	1
Estimular l'ús racional i sostingut d'àrees marginals i promoure el desenvolupament rural.	2	1	2	2	1	3	2	1	2	2

1. Objectiu primari per a manejar l'àrea i els recursos.

2. No necessàriament primari, però sempre inclòs com un objectiu important.

3. Inclòs com un objectiu que es pot aplicar quan el recurs i altres objectius de maneig ho permeten.

Font: Elaboració pròpia a partir de les dades de diversos autors (1990).

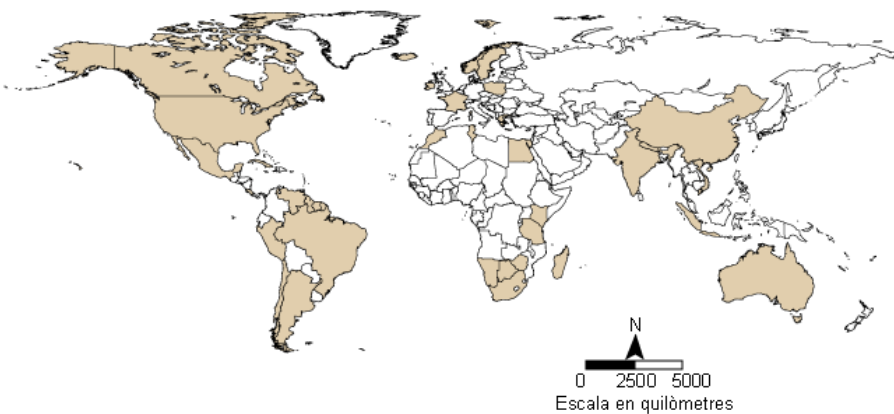
4.3. Els principals espais i mercats internacionals d'ecoturisme

Amb motiu de l'Any Internacional de l'Ecoturisme celebrat el 2002, l'OMT va preparar una sèrie d'informes dels mercats més importants generadors d'ecoturisme, i que són un total de set: els Estats Units, el Canadà, el Regne Unit, França, Alemanya i Espanya. A partir d'aquests informes es pot observar quines són les destinacions preferides per la demanda (figura 40) i per contra quina és l'oferta dels operadors turístics en cada un dels països en qüestió (figura 41).

Figura 40.



Figura 41.



En aquests estudis de mercat l'OMT fa referència a dos nivells d'ecoturisme:

- el turisme de natura, on la principal motivació del turista és l'observació i l'apreciació de la natura, i
- el concepte d'ecoturisme pròpiament dit, el qual introduiria altres aspectes com l'educació, la interpretació i una conscienciació amb relació als efectes negatius sobre l'entorn natural, etc.

Les principals **destinacions preferides** i demanades pels principals mercats ecoturístics són les següents:

En primer lloc, cal destacar la importància dels **Estats Units** i el **Canadà**. Són països on el turisme domèstic és el principal consumidor dels grans espais naturals protegits. La freqüentació ha arribat en molts casos a greus problemes de saturació, aquest és el cas del Parc Nacional Yosemite.

Els parcs nacionals dels Estats Units i el Canadà

Espais protegits dels Estats Units

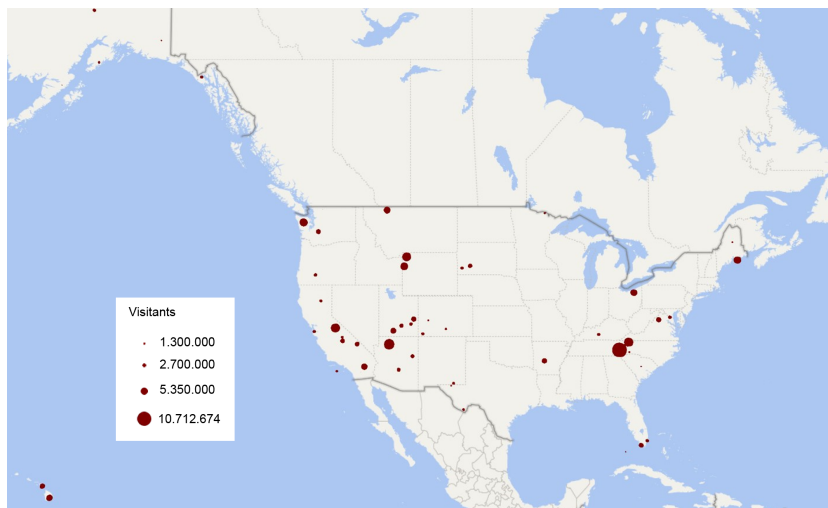
El primer parc nacional del món, Yellowstone, als Estats Units d'Amèrica, es va crear el 1872. Aquest va ser un moment determinant en l'evolució del concepte de parc nacional, marcant un abans i un després en la història de la protecció. Així va ser com els parcs es van obrir al públic, més que per a grups elitistes, com havien arribat a ser els vedats de caça. Des de l'establiment de Yellowstone, la majoria dels governs van reconèixer el valor que tenen les àrees protegides per a la societat, decretant-se altres parcs nacionals a diferents països: a Àustria el 1879, a Nova Zelanda el 1885, al Canadà el 1888, a Mèxic el 1889, a Suècia el 1909, a Rússia el 1912, a Suïssa el 1914, a Espanya el 1918 (Azqueta i Pérez, 1996).

Els Estats Units són el país precursor en matèria de protecció. El National Park Service (U.S. Department of the Interior) es va crear el 1916, i la seva missió és vetllar per la preservació dels recursos naturals i culturals dins del sistema de parcs nacionals pel gaudiment, l'educació i inspiració de la població. Aquest organisme treballa conjuntament amb altres agrupacions públiques i privades.

Segons el mateix Servei de Parcs, hi ha parcs en cada estat, amb l'excepció de Delaware. Aquest servei gestiona un total de 54,7 milions d'acres; aproximadament un 3,7% dels Estats Units és part del Sistema Nacional de Parcs. El parc més gran és el Wrangell St. Elias, que es troba a Alaska.

El National Park Service administra un total de 409 àrees que reben uns 307 milions de visitants, i el parc nacional és l'espai tradicionalment més visitat. Tenen contractats un total de 14.000 persones de forma permanent i uns 4.000 estacionalment.

Figura 42. Afluència de visitants als parcs nacionals dels Estats Units (2015)



Font: Elaboració pròpia a partir de les dades del web del National Park Service dels Estats Units.

Taula 6

Núm.	Parc nacional	Visitants	% del total
1	Great Smoky Mountains NP	10.712.674	14,23%
2	Grand Canyon	5.520.736	7,33%
3	Rocky Mountain	4.155.916	5,52%
4	Yosemite	4.150.217	5,51%
5	Yellowstone	4.097.710	5,44%
6	Zion	3.648.846	4,85%
7	Olympic	3.263.761	4,33%
8	Grand Teton	3.149.921	4,18%
9	Acadia	2.811.184	3,73%

Núm.	Parc nacional	Visitants	% del total
10	Glacier	2.366.056	3,14%
11	Cuyahoga Valley	2.284.612	3,03%
12	Joshua Tree	2.025.756	2,69%
13	Hawaii Volcanoes	1.832.660	2,43%
14	Bryce Canyon	1.745.804	2,32%
15	Hot Springs	1.418.162	1,88%
16	Arches	1.399.247	1,86%
17	Shenandoah	1.321.873	1,76%
18	Mount Rainier	1.237.231	1,64%
19	Haleakala	1.216.772	1,62%
20	Death Valley	1.154.843	1,53%
21	Sequoia	1.097.464	1,46%
22	Everglades	1.077.427	1,43%
23	Badlands	989.354	1,31%
24	Capitol Reef	941.029	1,25%
25	Petrified Forest	793.225	1,05%
26	Saguaro	753.446	1,00%
27	Canyonlands	634.607	0,84%
28	Crater Lake	614.712	0,82%
29	Wind Cave	612.198	0,81%
30	Theodore Roosevelt	580.033	0,77%
31	Mammoth Cave	566.895	0,75%
32	Denali	560.757	0,74%
33	Glacier Bay	551.353	0,73%
34	Mesa Verde	547.325	0,73%
35	Redwood	527.143	0,70%
36	Biscayne	508.164	0,67%
37	Kings Canyon	468.106	0,62%
38	Lassen Volcanic	468.092	0,62%
39	Carlsbad Caverns NP	445.720	0,59%
40	Virgin Islands	438.372	0,58%

Núm.	Parc nacional	Visitants	% del total
41	Big Bend	381.747	0,51%
42	Channel Islands	324.816	0,43%
43	Great Sand Dunes	299.513	0,40%
44	Kenai Fjords	296.697	0,39%
45	Voyageurs	238.313	0,32%
46	Black Canyon of the Gunnison	209.166	0,28%
47	Pinnacles	206.533	0,27%
48	Guadalupe Mountains	169.535	0,23%
49	Great Basin	116.123	0,15%
50	Congaree	87.513	0,12%
51	Wrangell-St. Elias	80.366	0,11%
52	Dry Tortugas	70.862	0,09%
53	Katmai	37.818	0,05%
54	North Cascades	20.677	0,03%
55	Isle Royale	18.684	0,02%
56	Lake Clark	17.818	0,02%
57	National Park of American Samoa	13.892	0,02%
58	Gates of the Arctic	10.745	0,01%

Un dels espais amb més afluència és el Great Smoky Mountains NP, amb més de 10 milions de visitants l'any 2015. Situat a la serralada dels Apalatxes, frontera entre Carolina del Nord i Tennessee, conté una gran varietat de plantes i animals salvatges i els visitants poden practicar tot tipus d'activitats lúdiques i esportives. Els altres parcs més freqüentats, tot i que en aquest cas parlariem d'entre tres i cinc milions de visitants, són parcs tan coneguts com el Gran Canyó, a l'Estat d'Arizona, considerat una de les grans meravelles del món, amb més de 1.500 metres de profunditat, més de 20 quilòmetres d'ample i 150 de llarg.

També rep un nombre important de visitants l'Olympic NP a l'Estat de Washington o el Gran Teton. Si seguim la llista trobaríem el Parc Nacional Yellowstone, a l'Estat de Wyoming, que amb la col·lecció de guèisers i fenòmens termals considerats únics en el món atrau quasi quatre milions de visitants. A més a més cal destacar la presència d'espècies com bisons, óssos, etc. Moltes d'aquestes atraccions són fàcilment accessibles des de les carreteres que travessen el Parc. O el cas del Parc Nacional Yosemite, Califòrnia, que acull valls alpines, boscos de sequoies, penya-segats de granit, una dotzena de cascades, etc., i que va rebre el 2015 quatre milions de visitants.

La concentració de parcs nacionals a la costa oest dels Estats Units és força elevada, amb un volum de visitants molt important.

Espais protegits del Canadà

El Canadà és conegut internacionalment com un país conscienciat en la protecció de l'entorn i això es pot comprovar en l'important volum de visitants nacionals que es desplacen anualment per a visitar algun espai protegit sobretot dins el seu propi país.

Estudis recents del Canadian Park Council indiquen que el Canadà genera 4,6 mil milions de dòlars canadencs en el producte interior brut anual provinents de les despeses dels participants en activitats relacionades amb la vida silvestre.

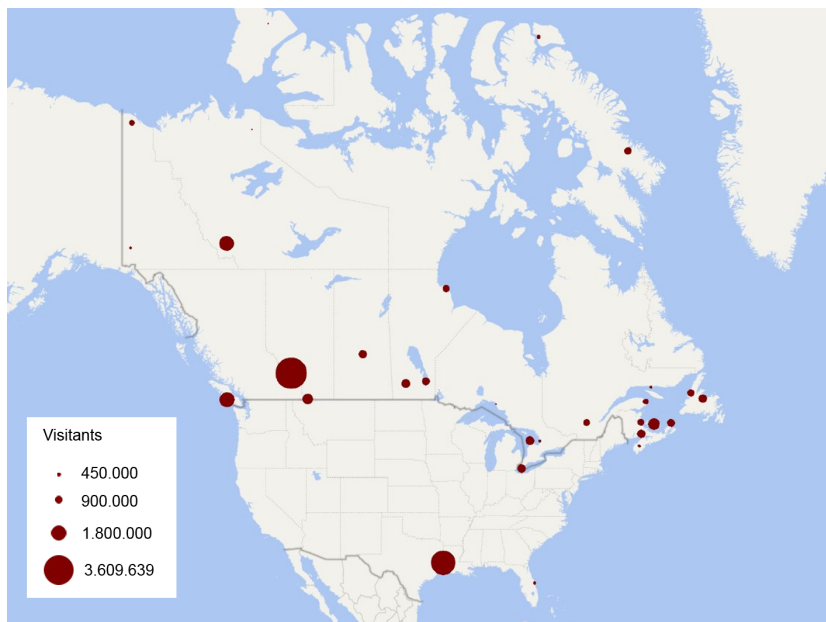
Actualment hi ha un total de trenta-set parcs nacionals, amb almenys un localitzat en cada província del país. Els parcs han estat dissenyats per a conservar i protegir una mostra representativa de les trenta-nou regions naturals, les quals van des de les costes de l'Atlàntic, del Pacífic i l'Àrtic fins als Grans Llacs passant per les muntanyes de l'interior i les grans praderies.

El Canadà acull alguns dels espais naturals més impressionats i famosos a escala mundial com el Parc Banff, el parc més antic del país, creat el 1885, i el Parc Jasper, ambdós a la província d'Alberta i situats en les Rocky Mountains. O el Parc de Fundy, a la província de Nouveau-Brunswick, on es donen les mareas més altes del món.

La Unesco també ha declarat Patrimoni de la Humanitat diferents espais del territori canadenc com, per exemple, el Parc Nacional Gros Morne, que acull els únics fiords existents a l'Amèrica del Nord.

El 2015 els parcs del Canadà van rebre 13,6 milions de visitants. Els parcs que reben un nombre més important de visitants es troben en les províncies orientals d'Alberta i la Colúmbia Britànica. El Parc Nacional de Banff és amb 3.609.639 visitants el més popular, seguit pels parcs de Jasper, Pacific Rim a la Colúmbia Britànica, Nahanni, al nord-oest, i les àrees de les Rocalloses de Mount Revelstoke, i Glaciers i Yoho.

Figura 43. Afluència de visitants als parcs nacionals del Canadà (2015)



Font: Elaboració pròpia a partir del web de Parks Canada.

Taula 7

Núm.	Parc nacional	Visitants	% del total
1	Banff	3.609.639	26,62%
2	Jasper	2.167.469	15,98%
3	Pacific Rim	819.267	6,04%
4	Nahanni	800.000	5,90%
5	Mount Revelstoke & Glacier	709.256	5,23%
6	Yoho	609.452	4,49%
7	Prince Edward Island	486.906	3,59%

Núm.	Parc nacional	Visitants	% del total
8	Kootenay	464.182	3,42%
9	Waterton Lakes	417.979	3,08%
10	Riding Mountain	287.545	2,12%
11	Bruce Peninsula	283.703	2,09%
12	Point Pelee	264.978	1,95%
13	Terra Nova	259.079	1,91%
14	Prince Albert	250.337	1,85%
15	Elk Island	244.801	1,81%
16	Fundy	244.755	1,81%
17	Cape Breton Highlands	212.129	1,56%
18	Wapusk	196.000	1,45%
19	Auyuittuq	196.000	1,45%
20	Gros Morne	183.616	1,35%
21	La Mauricie	171.934	1,27%
22	Kouchibouguac	160.837	1,19%
23	Forillon	122.840	0,91%
24	Ivvavik	111.000	0,82%
25	Sirmilik	60.000	0,44%
26	Thousand Islands	38.967	0,29%
27	Kejimikujik	34.401	0,25%
28	Mingan Archipelago	32.936	0,24%
29	Georgian Bay Islands	32.887	0,24%
30	Kluane	25.123	0,19%
31	Quttinirpaaq	23.000	0,17%
32	Pukaskwa	10.711	0,08%
33	Aulavik	10.000	0,07%
34	Tuktut Nogait	8.000	0,06%
35	Grasslands	7.420	0,05%
36	Wood Buffalo	2.604	0,02%
		13559753	100,00%

La regió atlàntica és una zona també força visitada pel turisme domèstic i, a excepció de l'illa Príncep Eduard, que va rebre mig milió de visitants, la resta de parcs se situaven del quart de milió cap avall en les xifres de visitants.

Per contra, la regió del nord és la menys visitada des del punt de vista turístic, amb parcs que no reben més de 100.000 visitants (amb l'excepció del d'Auyuittuq) i, a mesura que ens aproximem al pol, menys de deu mil.

El sistema d'àrees protegides del Canadà es complementa amb quatre àrees nacionals de conservació marina i cent trenta-un llocs històrics nacionals.

annotation Literal " no reconegut

Vegeu el web següent per a ampliar la informació sobre els espais protegits del Canadà: <http://www.pc.gc.ca>

Altres destinacions ecoturístiques de primer ordre es troben sobretot a països de l'Amèrica Llatina, regió que acapara moltes mirades i on es preveu un creixement turístic molt important. De fet, molts pocs països es queden al marge de l'activitat ecoturística en aquesta zona.

Es pot destacar en primer lloc **Costa Rica**, una destinació que s'ha guanyat el reconeixement i l'etiqueta de destinació ecoturística pels principals mercats, com són el nord-americà o l'alemany. En aquest petit país es troba el 5% de la biodiversitat mundial i es pot admirar en un sol dia la riquesa natural de la costa del Pacífic, o els volcans que s'erigeixen en la Serralada Central fins a la costa atlàntica. Molts d'aquest atributs naturals es troben sota protecció. Actualment més del 25% de la superfície del país està sota protecció, i la figura més emblemàtica és la del parc nacional, tot i que hi ha també d'altres figures com la reserva biològica, o els refugis de fauna i vida silvestre. Aquest sistema d'àrees protegides permet una millor gestió i una regulació de les activitats turístiques.

Belize és un altre país americà que ofereix grans atraccions naturals. Sobretot és molt apreciat per la seva riquesa natural submarina, que es troba en l'escull de corall de quasi 300 km, el més llarg de l'hemisferi occidental, les illes i els manglars, combinat amb el gran atractiu que desperta el patrimoni maia que encara es conserva amb temples i palaus.

Un altre espai natural que atrau molts turistes són les **illes Galápagos**, paradís natural on es conserva un alt nombre de fauna i vegetació endèmica i disposa de selva amazònica, que ocupa més de sis milions de km² i que s'estén per un total de nou països.

A Àfrica només Kenya, Sud-àfrica, el Marroc i Madagascar es consideren destinacions ecoturístiques, malgrat que el seu potencial ecoturístic és molt important.

Kenya és, sens dubte, una de les destinacions més preuades per a qualsevol amant de la natura, on es poden admirar espais naturals i paisatges tan diferents i contrastats com el llac Victòria, la vall del Rift o les terres altes amb el seu mont Kenya o l'esplèndida costa protegida dels corrents de l'Índic per esculls coral·lins que a causa de la seva riquesa biològica s'han protegit en diversos parcs nacionals marins.

Enllaç d'interès

Per a conèixer més coses sobre el sistema d'àrees protegides de Costa Rica i els atractius naturals que amaguen podeu consultar la pàgina següent: <http://www.encostarica.co.cr/turismo/parques-nacionales.htm>.

Enllaç d'interès

Per a conèixer més coses sobre Belize i els seus atractius naturals podeu consultar la pàgina següent: <http://www.travelbelize.org>.

Enllaç d'interès

Per a conèixer més els parcs i les reserves de Kenya podeu consultar la pàgina següent: <http://www.kws.go.ke/national-parks>.

En el cas de l'Àsia i Oceania el ventall és més reduït. La demanda ha destacat principalment els països següents: l'Índia, el Nepal, Austràlia i Nova Zelanda.

De tots els països abans citats, **Austràlia** és sense cap dubte el que més fort aposta per l'ecoturisme, fet que li representa el reconeixement per part de la demanda i de les institucions turístiques internacionals per la feina ben feta.

Austràlia és un país únic. No solament per la gran barrera d'esculls de corall que s'estén al llarg de 2.300 km davant de la costa de Queensland, sinó per la diversitat de formes de vida i per l'elevat nombre d'espècies endèmiques que disposa. Austràlia pertany al grup dels dotze països considerats megadiversos, per l'enorme diversitat d'ecosistemes amb una varietat i riquesa excepcional.

Austràlia té un sistema nacional d'àrees protegides molt sòlid. Actualment hi ha més de 500 parcs nacionals gestionats per governs estatals i locals. Pel que fa a la gestió d'aquestes àrees protegides, algunes estan estrictament protegides, o es permet un accés limitat, mentre que en d'altres s'incentiva les activitats de recreació.

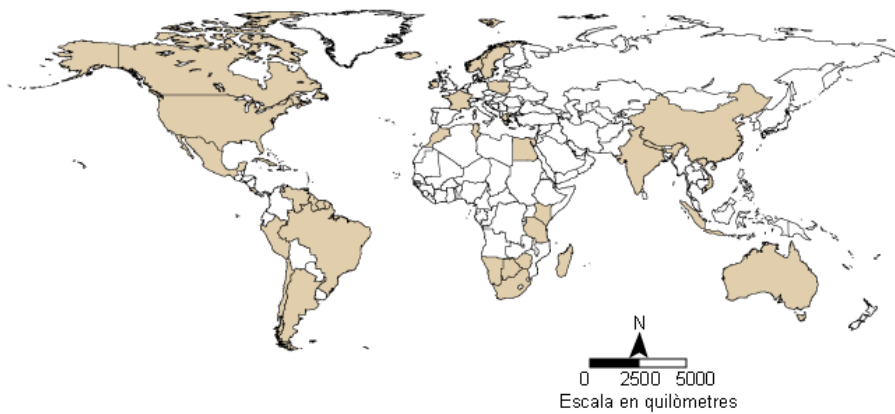
Austràlia rep segons la IUCN més de dos bilions de dòlars australians en despeses provinents de parcs nacionals amb un cost directe per als governs de menys de 60 milions de dòlars.

Nova Zelanda és una de les destinacions que té un paper cada cop més destacat i que està en boca de molts, sobretot per uns paisatges que gràcies a la pel·lícula d' *El senyor dels anells* s'han fet conèixer arreu del món.

Les **destinacions europees** més apreciades per la pràctica de l'ecoturisme són França, Alemanya i el Regne Unit. En tots tres països és molt important el turisme domèstic. També hi cal afegir els Alps, els països escandinaus, Islàndia, Romania, Àustria, o Suïssa, destinacions molt apreciades sobretot pel mercat espanyol i francès.

Pel que fa a l'oferta dels operadors turístics especialitzats dels principals mercats ecoturístics, en destaquen algunes diferències entre Àfrica i l'Àsia. En el cas d'Àfrica es pot constatar que l'oferta de destinacions on practicar l'ecoturisme és molt més àmplia, sobretot perquè s'hi inclouen països com Tanzània, Botswana o Namíbia, que també aposten per obrir les seves àrees protegides al turisme, tot i que encara no han arribat al nivell dels seus països veïns. I en el cas de l'Àsia, cal destacar la incorporació de països com la Xina i el Vietnam com a possibles destinacions ecoturístiques.

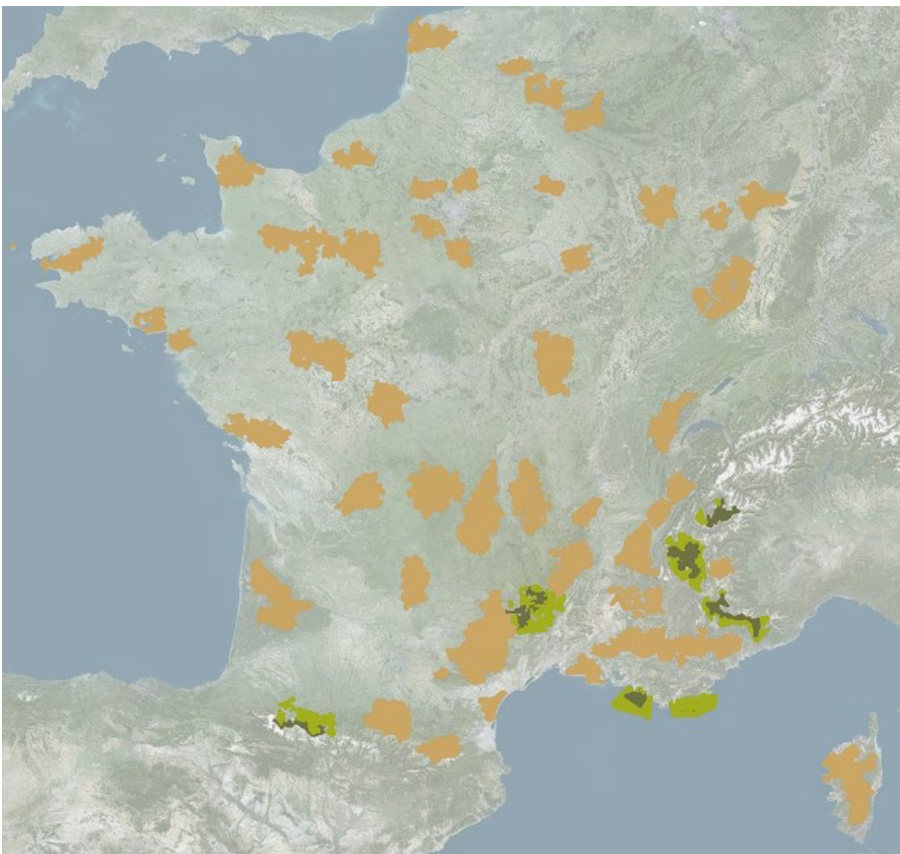
Figura 44. Principals destinacions ecoturístiques segons l'oferta dels operadors turístics dels principals mercats



Font: Elaboració pròpia a partir de WTO (2001 i 2002).

En el cas d'Europa, hi ha d'altres figures de protecció importants i més adaptades a les característiques naturals i socioeconòmiques del territori, com ara la de parc natural, on a part de la tasca de protecció hi té un paper cada cop més important l'activitat turística. Aquest és el cas de França o Catalunya.

Figura 45. Àrees protegides a França segons la figura de protecció



Font: Inventaire National du Patrimoine Naturel <https://inpn.mnhn.fr/zone/sinp/espaces/viewer/>.

Aproximadament una quarta part de França està coberta de boscos, el 21% del seu territori és accidentat i té un total de 3.100 km de litoral. L'espai protegit constitueix el 25,3% (un 9,5% sota la figura de parc nacional) de la superfície total.

Els orígens de la protecció es remunten a l'any 1960, moment en què s'assenten les bases de creació dels parcs nacionals. Actualment hi ha set parcs nacionals a França i tres més als territoris d'ultramar de Gadalupe, la Guaiana Francesa i l'Illa de Reunió.

Parcs nacionals a França

Els parcs nacionals a França, que van ser creats majoritàriament en la dècada dels seixanta i els setanta, comprenen en total 992.000 hectàrees, que representen el 0,8% del territori nacional, de les quals 371.000 corresponen a zones centrals fortament protegides i poc habitades. Un dels parcs de més extensió és el Parc Nacional des Écrins situat en el centre del país.

La majoria dels parcs nacionals de França, amb les excepcions de Port-Cros i Calanques, se situen en massissos muntanyosos.

L'altra figura emblemàtica de França és la de parc natural regional. Actualment hi ha un total de cinquanta-un parcs, distribuïts per tot el territori que ocupen més de 7.000.000 hectàrees, 4.200 municipis i aproximadament hi viuen en el seu interior 3 milions d'habitants.

La figura de parc natural regional (PNR), creada el 1967, està dotada d'una legislació més flexible que la que regeix els parcs nacionals, i el seu propòsit principal és el de protegir el medi ambient però també el de promoure un desenvolupament equilibrat de les diferents activitats econòmiques. El Ministeri de Medi Ambient va atorgar aquesta "marca" per a preservar els territoris rurals, on l'equilibri ambiental és fràgil. És dins d'aquest context que el turisme sembla una de les eines clau per a conciliar l'entorn natural i el sosteniment de les activitats. Tot i que cal dir que el turisme dins dels espais protegits encara és una activitat incipient.

Aquesta política s'ha traduït principalment en l'assessorament i suport financer amb l'objectiu d'impulsar els particulars a participar de l'activitat turística i tot el que això implica. De fet, alguns dels resultats obtinguts fins ara estan relacionats amb la rehabilitació del patrimoni construït.

En aquesta figura estan implicats totes les col·lectivitats regionals, departamentals i locals.

Els principals objectius d'un parc natural regional són:

- Protegir el patrimoni.
- Contribuir a l'ordenació del territori.
- Afavorir el desenvolupament econòmic, social, cultural i la qualitat de vida dels habitants.

Enllaç d'interès

Per a veure la llista dels parcs naturals regionals de França, vegeu el web següent: <http://www.parcs-naturels-regionaux.fr/les-parcs-naturels-regionaux-de-france/decouvrir-les-51-parcs>

- Acollir, informar i educar el públic.
- Contribuir a programes de recerca.

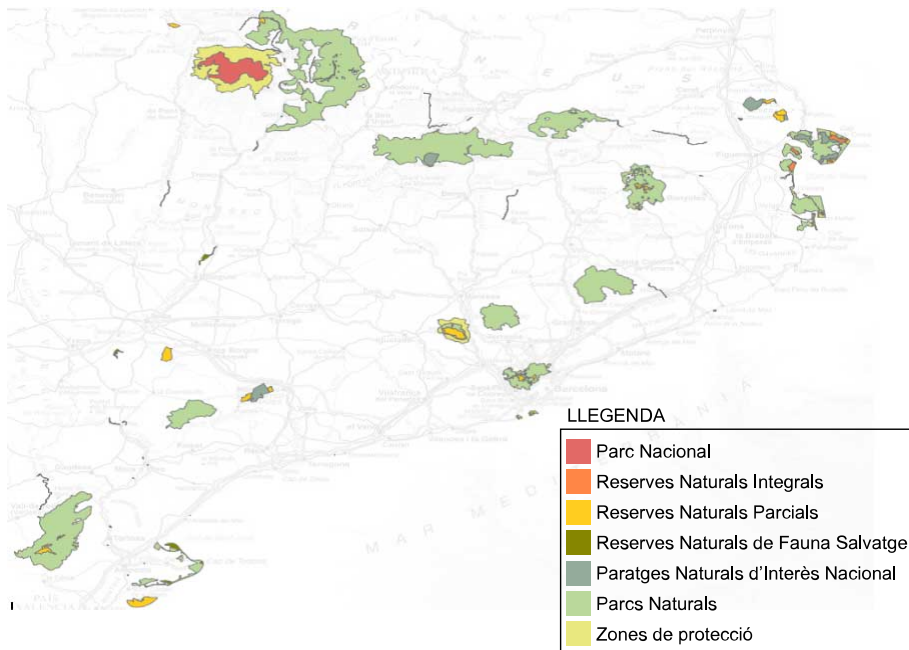
Per a protegir el patrimoni natural de França, l'Estat ha creat altres figures, com ara les reserves naturals, un total de 340, que també poden ser de propietat municipal o d'un particular. Una altra figura de protecció rellevant a escala europea és xarxa Natura 2000, un sistema d'espais naturals que cobreix el 18% del territori i el 6% dels mars de la UE amb l'objectiu de fer compatible la protecció de les espècies i els hàbitats naturals i seminaturals amb l'activitat humana.

A França el sector públic dedica un 0,75% del PIB a polítiques ambientals, superant la mitjana comunitària del 0,67%. El país capdavanter és Holanda, que gairebé arriba a l'1,5%. En canvi, a la banda baixa, hi trobem Espanya, amb el 0,22% i Sèrbia, amb un 0,07%.

En el cas de **Catalunya**, la figura de protecció més important és la de parc nacional, representada pel Parc d'Aigüestortes i Estany de Sant Maurici, però la figura més estesa i que més s'adapta a les peculiaritats del territori, igual que en el cas de França, és la de parc natural, amb un total de tretze. Però a banda de les figures de parc nacional i de parc natural, també hi ha altres espais naturals anomenats de *protecció especial*, com són els paratges naturals d'interès nacional i les reserves naturals.

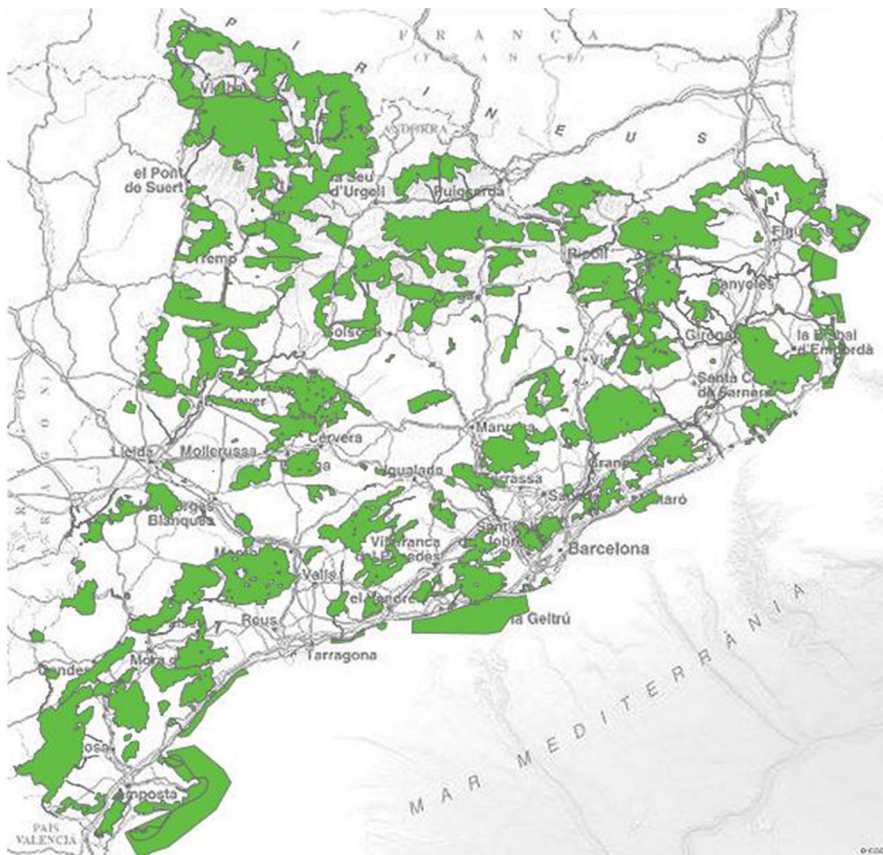
I finalment, a totes aquestes figures cal afegir els espais d'interès natural. A Catalunya hi ha un sistema d'espais naturals protegits (SENP) que inclou els espais naturals de protecció especial abans esmentats i tot un conjunt d'altres espais naturals que, tot i no tenir un nivell de protecció tan gran com un parc natural o un parc nacional, estan protegits pel Pla d'Espais d'Interès Natural (que, al seu torn, incorpora els espais designats com a Natura 2000 de manera automàtica). En total, aquest sistema cobreix 977.108 hectàrees (un 30,44% del territori), a les quals cal sumar 77.818 hectàrees d'espais marins protegits.

Figura 46. Categories de protecció especial d'espais naturals a Catalunya



Font: Departament de Territori i Sostenibilitat.

Figura 47. Els espais d'interès natural a Catalunya



Font: Departament de Territori i Sostenibilitat.