

# “LES RESSOURCES ET LES ACTIVITES TOURISTIQUE – Ensayo de Integración”

PIERRE DEFERT – C.H.E.T. 1.979- C N° 19.

## INTRODUCCIÓN

Ha habido un esfuerzo desde el principio, por inventariar las diferentes actividades que han dado lugar al turismo. Desde hace algunos años, las formas al aire han tomado un gran desarrollo sobre todo por el conocimiento de las formas que se podrían calificarse de antiguas y que han marcado en el siglo XIX, el principio del turismo moderno (visita de zonas arqueológicas, por ejemplo).

Las formas modernas de actividades al aire libre son muy variadas porque pueden ir del simple paseo a pie hasta el vuelo a vela o la exploración del dominio submarino. Su exploración y su descripción han retenido la atención de los analistas del turismo desde hace una veintena de años (Recreología)

Así pues, toda actividad turística se apoya sobre un recurso. La toma de conciencia del interés que presenta el volumen de esos recursos en el mundo es muy reciente. La estimulación y la protección de los responsables del desarrollo a todos los niveles dentro del fin de este siglo.

El problema de un inventario metodológico se plantea pues. Es el objetivo de la primera parte de este trabajo.

## 1ª PARTE: EL MARCO DE LOS RECURSOS

Entendemos por RECURSOS todo elemento natural, toda actividad humana o todo producto de la actividad humana que pueden motivar un desplazamiento desinteresado (desinteresado en relación a los resultados posibles de eses desplazamiento en el orden productivo y creador de otros bienes, pero interesado como contribuyente al desarrollo del mismo turista – dominio del ser y no del tener).

Este desplazamiento tiene por móvil una curiosidad o la posibilidad del ejercicio de una facultad física o intelectual del individuo (descubrir las religiones hindúes, Admirar Un panorama grandioso o desarrollar sus reflejos durante un descenso en ski.

El objeto de este estudio es poner en valor LA RELACIONES que pueden existir entre los recursos y las actividades que se encuentran así “integradas”. Esto no se hizo nunca. Más frecuentemente, una gran confusión mezcla recursos y actividades. La nieve es un recurso, el ski la actividad que se deriva; un viñedo es un recurso, la degustación de vino por los turistas la actividad derivada, etc.

Durante un siglo aproximadamente, de 1.850 a 1.950. la actividad turística ha estado fuertemente polarizada por un recurso que ha servido de base a los primeros viajes de turismo: las zonas de arte y arqueología monumental.

Durante un sigo, después de Baedeker y de Joanne, se ha distribuido estrellas a edificios religiosos y civiles (de preferencia en ruinas).

La “explosión” del turismo a mediados del siglo XX y su preocupación de ser igualmente un gran retorno a la naturaleza antes que hacia el Pasado, hizo aparecer como incompleta hoy en día la simple valoración de las rarezas arqueológicas. Ocurre que el individuo, enloquecido por el ritmo del presente, no puede encontrar en él los elementos que le den seguridad, pero este dominio de “recreación” es insuficiente. El turismo ha descubierto en torno, a estos recursos variados que pueden servir de materia prima a las actividades de “re-creación”: un acantilado como un estanque, una pradera alpina como una colonia de mariposas.

Reflexionando frente al número de comportamientos observables nos ha parecido que se podía hoy en día distribuir los recursos turísticos siguiendo cuatro grandes conjuntos que sirven de marco general y corresponden a los arquetipos del individuo.

### 1) HYDROME

Tomemos ahora el elemento hídrico: el agua bajo todas sus formas, todos sus aspectos, todas sus extensiones, y comprende la nieve y el hielo, las aguas minerales y termales. El continente no es dissociable del contenido, es decir que las actividades derivadas van a apoyarse en elementos que serán el soporte de la organización específica. Puede tratarse del litoral marítimo, del litoral lacustre, de las formas fluviales y de todos los accidentes o modificaciones a que la acción de los elementos naturales los somete. Allí nos encontramos con la fauna y las manifestaciones de la vida que tienen el elemento hídrico como base. Daremos a este primer marco general el nombre de HYDROME.

#### Breve nomenclador

(Todo elemento atractivo en relación con el agua, tal como se presenta, o algunas veces modificado por la mano del hombre).

Por orden alfabético:

- Ordenamientos marinos (dique, muelle, escollera, polders) Ver además Anthropome Lithome
- Acuarios, seaquariums
- Atolones (islas en forma de anillo que rodean una laguna), arrecifes formados por corales, lagons /pequeño lago de agua salada entre la tierra y un Recife coralino)
- Dársenas (comparar también en Anthropome)
- Brazos muertos de ríos
- Calzada sumergible
- Saltos, cascadas, rápidos
- Canales con esclusa
- Cabos y promontorios
- Confluencias
- Deltas, estuarios
- Aguas minerales, termales
- Agua de mar (Thalassotherapie)
- Estanques, marismas, esteros, espejos de agua, chotts
- Fauna acuática libre; cultivada (ef. también en Phytome)
- Geysers
- Hielo (glaciares terrestres, icebergs, colonia de bloques de hielo)
- Golfos, bahías, radas, entradas de mar
- Gargantas, cañones, desfiladeros, etc.
- Grutas marinas
- Hábitat acuático (ef. También en Lothome)
- Islas (de pequeñas dimensiones)
- Lagos (digitiformes, encajonados, elípticos, encadenados, alargados)
- Litoral lacustre

- Litoral marítimo (con festones y guirnaldas, ensenadas, calas, marinas, líneas rectas continuas, costas escarpadas, estanques, costas salvajes, bancos y arrecifes)
- Meandros (encajonados o no)
- Molinos (cf. También en Lithome y Anthropome)
- Campos de nieve, espacios para esquiar
- Oasis
- Superficies de agua artificiales, reservorios
- Pozos (artesanales y otros)
- Rías y fiordos
- Ríos y arroyos (de valles superiores, de llanura y piedemonte)
- Grandes torrentes
- Fuente (termales, sagradas, milagrosas, etc.; de llanura, de grandes ríos, etc.)
- Terrazas fluviales
- Túneles submarinos (ef. También en Lithome)

## 2) PHYTOME

Próximo al elemento “hídrico” se percibe que el turismo moderno se sitúa en un segundo marco general cada vez más importante, más variado, cuyo soporte es el elemento terrestre, desnudo o recubierto de una superficie vegetal.

De tal manera que se podría presentar este segundo marco bajo el nombre de PHYTOME. Comprende ante todo, aquello que el turismo recibe como aporte del árbol (selvas, bosques). Agregamos aquí el campo y la pradera. Y, en fin, todas las superficies naturales recubiertas voluntariamente por la mano del hombre

Entre los países desarrollados, se trata casi siempre de un paisaje “ajardinado” que el hombre ha arreglado para fines económicos o de placer a partir del Neolítico: cultivos y viñedos, parques y bosques de caza. Se puede a esto agregar las plantaciones voluntarias que han aportado algo agradable al paisaje (en rutas, parques, espacios verdes). Después de diez años este gran marco natural ha encontrado su valoración con los parques nacionales y regionales que tienden a preservar el Phytome natural.

### Breve nomenclador

Todo elemento natural que presenta un coeficiente atractivo, organizado o no por el hombre. Con excepción del agua (Ver Hydrome).

Por orden alfabético:

- ❖ Accidentes en el terreno (grutas, cavernas, dunas, abismos, pozos, anfiteatros naturales, fallas, fisuras, relieves volcánicos, relieves desérticos, sierras picos, agujas, etc.)
- ❖ Jardines botánicos
- ❖ Arboricultura (sobre todo frutales, ver Anthropome)
- ❖ Árboles (solitarios, grandiosos)
- ❖ Bosques, bosquecillos (en cortinas, en galerías, petrificados)
- ❖ Plataformas calcáreas
- ❖ Claros de los bosques
- ❖ Climas de altura, microclimas
- ❖ Pasos, desfiladeros, gargantas
- ❖ Culturas cerealeras

- ❖ Fauna (exceptuando la fauna marina) Ver Hidromiel. Salvaje, libre, pájaros migradores, mariposas, roedores, mamíferos. Cautivos: exóticos, serpentarium, zoológicos, terrarium, viveros, pajareras. Rarezas o reliquias. Semilibres /reservas, parques)
- ❖ Flora alpina, plantas raras, hierbas medicinales
- ❖ Exposiciones florales
- ❖ Selvas (de lianas, de grandes árboles, sobre suelos secos, sobre suelos húmedos, de bambú, de palmeras, de cocoteros, etc.)
- ❖ Bosques de gran antigüedad
- ❖ Tundras
- ❖ Montes de plantas espinosas
- ❖ Jardines (inglés, italiano, morisco, botánico, de ensayo, exótico, etc.)
- ❖ Oasis (cf. También en Hydrome)
- ❖ Parques públicos
- ❖ Parques nacionales y regionales
- ❖ Plantaciones (en los bordes de rutas, industriales, caña de azúcar, caucho, bosques tropicales, etc.)
- ❖ Praderas (alpina, natural, artificial, pasturas, etc.)
- ❖ Salinas terrestres y marítimas
- ❖ Productos regionales naturales en bruto (frutas, flores, miel, raíces, cortezas, etc.) o transformados (vinos, alcoholes, comidas) cf. También Anthropome
- ❖ Rocas (morenas, glaciares, relieves, erosión eólica, arcos, puentes naturales, puntas, accidentes por erosión normal, mesetas de arena, paisajes rupestres, etc.)
- ❖ Invernaderos
- ❖ Sitios panorámicos
- ❖ Sol de medianoche, salida y puesta de sol, crepúsculos, claridad de luna sobre ciertos sitios, etc.
- ❖ Estepas
- ❖ Viñedos
- ❖ Volcanes apagados o en actividad

### 3) PHYTOME

Los monumentos y los vestigios de civilizaciones desaparecidas han constituido la primera atracción del visitante. El turismo arqueológico es suficientemente conocido para insistir en él. Las excavaciones de Schliemann continúan atrayendo peregrinos hacia Mecenás.

Este turismo, lejos de desaparecer, continúa renovado bajo una forma activa: yacimientos y excavaciones de amateurs. Forma un dominio muy importante y distribuido en el mundo entero por todos aquellos lugares donde las condiciones climáticas no han alterado demasiado el estado de los monumentos. Se podría incluir entre sus formas menores, el interés que lleva hoy a conocer el simple hábitat humano privado; grandes diferencias en la arquitectura de estilo, oficial, civil o religioso (la Guía Michelin de Portugal consagra una página a la vivienda rural regional). Los museos al aire libre (Escandinavia, Alemania, Países Bajos) reagrupan moradas que son testimonio de un género de vida. Las casas de madera, de barro, de ramas o de otros materiales, suscitan también curiosidad.

Pero el urbanismo y la expansión de las grandes ciudades ofrecen al turista hoy muchos objetos de observación: grandes conjuntos, edificio y torres, realizaciones modernas (palacios de congresos, aeropuertos y estaciones, palacios de gobierno,

hospitales, universidades, etc.) Este atractivo no corresponde a una motivación profunda del viajero? Una cierta necesidad de robustecimiento, de estabilidad, de duración.

### Breve nomenclador

(Todo elemento construido por el hombre, interesante para su naturaleza o por aquello a que está destinado).

Por orden alfabético:

- ✓ Arquitectura (de cemento, de vidrio, metálica, de aluminio, plástico)
- ✓ Arquitectura religiosa
- ✓ Avenidas célebres, boulevards, explanadas, etc.
- ✓ Diques (ef. también Hydrome)
- ✓ Canales, esclusas (ef. también Hydrome)
- ✓ Canteras (ef. también Anthropome)
- ✓ Centros internacionales
- ✓ Capillas, oratorios solitarios (aislados)
- ✓ Castillos residenciales, castillos-fortalezas
- ✓ Cementerios (militares, civiles, judíos, musulmanes, necrópolis, tumbas reales, etc.)
- ✓ Grutas, capillas sagradas, prehistóricas
- ✓ Fuentes
- ✓ Habitats acuático
- ✓ Habitats exóticos (primitivos, rudimentarios, casas rurales de madera en Rusia, habitats en las rocas, etc.)
- ✓ Hospitales antiguos, hospicios, hospital central
- ✓ Municipalidades
- ✓ Mansiones (rurales, de la Edad Media, del Renacimiento, de corporaciones, patricias, antiguas, de madera, de nacimientos célebres, de estilo colonial)
- ✓ Pequeños castillos antiguos en el campo
- ✓ Mercados de granos, de vinos, de quesos
- ✓ Grandes monumentos de piedra (dolmenes, menhires)
- ✓ Minas antiguas (sal, cobre, oro, plata)
- ✓ Monumentos (conmemorativos (religiosos))
- ✓ Molino de viento
- ✓ Murallas, accesos fortificados
- ✓ Museos (de arte, de historia, de técnica, al aire libre (comparar también Anthropome))
- ✓ Palacios de congresos
- ✓ Pintura rupestres
- ✓ Plazas y calles pintorescas, costaneras
- ✓ Plazas de mercados, pasajes, plazas de suplicios, de ejecuciones, etc.
- ✓ Puentes (antiguos, modernos, colgantes, de lianas, metálicos, sobre brazos de mar y estuarios, trasbordadores, balsas, etc.)
- ✓ Puertos antiguos
- ✓ Prisiones, campamentos, calabozos
- ✓ Barrios antiguos, ciudad vieja (medina)
- ✓ Residencias reales
- ✓ Ruinas (antiguas, romanas, medievales, de guerra reciente, etc.)

- ✓ Sitios históricos (lugar de un encuentro, de una batalla, de una muerte, de un tratado, de un casamiento, nacimiento célebre, etc.)
- ✓ Sitio cultural o religiosos (monumentos de piedra, altares, mojones, torres, pirámides, etc.)
- ✓ Sitios rupestres
- ✓ Estadios olímpicos (cf. también Anthropome)
- ✓ Estaciones prehistóricas, excavaciones
- ✓ Estatuas, estelas, columnas, obeliscos
- ✓ Estatuas funerarias, osarios, tumbas, panteones
- ✓ Termas, baños, piscinas
- ✓ Torres, rampas, fortalezas, fuentes, portones
- ✓ Tesoros, colecciones de arte
- ✓ Túneles subfluviales o canales (cf. También Hydrome)
- ✓ Universidades
- ✓ Villas de pescadores
- ✓ Viaductos

#### 4) ANTHOPOME

Es el hombre sujeto de curiosidad por el hombre (la Humanidad narcisista se asombra delante de su espejo roto y admira lo que resta de él). La variedad de civilizaciones y de pueblos, de sus conductas y de sus costumbres, siempre han atraído a los viajeros extranjeros y abundantes referencias literarias han sido hechas con estas consideraciones. Una clasificación tipológica podría discernir:

- a) Las actividades antiguas y amenazadas de desaparición: folklore, artesanía, fiestas, costumbres, dialectos, música.
- b) Las actividades modernas que por el contrario demuestran innovación. Se abre aquí el gran libro del turismo llamado “técnico” (visitas a usinas, a industria de punta, centros de producción, de distribución o de información).

A diferencia del párrafo precedente, el contenido importa más que el continente, el “know-how” cuenta más que el local y los muros.

Las condiciones para el ejercicio del turismo en el marco de Anthropome son evidentes bastante particulares. La observación del hombre, objeto de curiosidad, comporta un riesgo para el observador como para el observado, riesgo de alienación y de degradación que han señalado los psicólogos del turismo. (Claire Lucques, “Le Regard du Touriste, Aix-en-Provence, 1.968)

#### Breve Nomenclador

(Actividad del hombre presente, real y observable, explicada o no, independientemente de su soporte (Ver Lythome) o de su marco (Ver Hydrome o Phytome).

Por orden alfabético:

- Aeropuertos (visitas)
- Artesanado totalmente natural y souvenirs turísticos
- Embalses (usinas hidroeléctricas y subterráneas)

- Bases espaciales
- Bases sagrados (ceremonias)
- Campamentos de nómades
- Carnavales
- Ceremonias funerarias, nupciales, rituales
- Circuitos automovilísticos (carreras)
- Trajes típicos, costumbres
- Carreras de animales (caballos, lebreles, corridas de toros)
- Carreras automovilísticas, ciclísticas, etc.
- Cocina regional, platos típicos
- Desfiles, procesiones, revistas, paradas
- Concursos de animales variados: cérvidos, zorros, reptiles, caballos, perros, etc.
- Explotaciones agrícolas experimentales, ranchos
- Festivales
- Fiestas nacionales, año nuevo, aniversarios
- Ferias, salones
- Juegos olímpicos, carrera en pistas
- Vía Crusis
- Minas modernas (carbón, hierro, manganeso, bauxita, etc.)
- Música popular
- Paisajes agrarios típicos (en actividad: escenas de recolección o de plantación, vendimias, etc.)
- Pesqueros, estaciones de piscicultura
- Personajes raros o fuera de lo común (monarcas, papas, bonzos gitanos, tahiatianas, guardias, militares, marinos, brujos, magos, curanderos, jefes de estado, patriarcas, etc.)
- Pueblos y etnias testimoniales (aborígenes, maoris, pigmeos, bushmen, indios, etc.)
- Peregrinajes
- Puertos modernos (vivitas, arribos de paquebotes)
- Barrios exóticos (medinas, ghettos, casbahs, chinos, indios)
- Ferrocarriles folklóricos
- Saladeros, secaderos, conserverías
- Escenas de caza
- Espectáculos de danzas, ballets, marionetas
- Escenas de mercados típicos
- Escenas de juegos
- Escenas de puertos, góndolas
- Escenas de la vida doméstica: cocina, lavado, trenzados, peluquería, tatuaje, etc,
- Transporte de operación
- Telecomunicaciones, televisión, radio, antenas
- Usinas (visitas)
- Villas de pescadores, de barqueros, de artesanatos.

## IIº PARTE: LA INTEGRACIÓN A LAS ACTIVIDADES TURÍSTICAS

Hydrome, Phytome, Lythome y Anthropome forman los cuatro grandes marcos en el seno de los cuales se puede, por consiguiente, colocar prácticamente todos los recursos turísticos, es decir todos los elementos capaces de producir el desplazamiento, hoy, de un visitante.

Ciertamente hay superposiciones y un elemento puede corresponder a varios encuadres. Por ejemplo: un bosque puede atraer por sus condiciones (Phytome), como a los curiosos por la actividad económica (Anthropome), es el caso de los árboles que bajan flotando por los ríos en Suecia. Un centro de explotaciones puede ser interesante por su arquitectura (Lythome) y también por las manifestaciones artísticas que en él tienen lugar (Anthropome). Un puerto muestra el pintorequismo de los pescadores (Anthropome), pero el se apoya sobre un elemento marino (Hydrome) que puede ser particular.

### 1) La integración marca una función nueva

Estos recursos de base, clasificados en cuatro categorías y que reúnen finalmente una gran parte de las actividades humanas y de los medios que le sirven de soporte, son motivadores de desplazamiento turísticos. Su característica esencial es que utilizan los recursos precedentes fuera de su función original anterior.

La fortaleza no sirve más para la defensa sino para instalar un restaurante panorámico. El barco de pesca se transforma en un objeto a filmar. El mar no provee ya de alimentos sino placer. La nieve no es ya un obstáculo a las relaciones humanas, sino que contribuye a desarrollarlas. En suma, el significado de los elementos que redescubre la humanidad ociosa cambia o conoce un nuevo signo. La pradera será más valorizada como lugar acogedor para los acampantes que para los rebaños. Se ha indicado ya esta alteración de la función de las cosas, cuando se trató de las artesanías (la máscara de un brujo africano se torna un objeto decorativo, etc)

Los recursos precedentes van a ser entonces la ocasión de actividades, comportamientos y actitudes específicas del Tiempo Libre y el turismo, de las que recordaremos los rasgos:

- no lucrativas,
- polarizadas hacia las necesidades de expresión del individuo,
- predominio lúdico
- libertad de elección, de estadía, de modalidad, etc.

Estos comportamientos se han desarrollado indefinidamente con la ----- moderna del tiempo libre. El turismo que hace un siglo no pasaba de contemplación de algunas ruinas, engloba ahora los hechos y acciones diversos, inclusive aquellos fatigante y penosos (excavaciones, exploración submarina, caminatas, etc.). Hay también algunas actividades tranquilas (no hacer nada, contemplar, soñar) y todas las alternativas intermedias son posibles.

### 2) Tipología de esta integración

Cada recurso determina un cierto número de actividades. De allí nuestra búsqueda de integración entre estos dos elementos. Esta investigación implica igualmente como colorario, una TIPOLOGÍA de la INSTALACIÓN del usuario para lograr el óptimo de aprovechamiento y la modalidad de EQUIPAMIENTO a instalar. Esta relación

(bastante nueva a señalar) es pues esencial para comprender bien lo que llamamos “ordenamiento o desarrollo turístico”.

Ello es para reformular el modelo REC (Recurso, Equipamiento, Clientela).

Desarrollaremos aquí un modelo más general: RAEC (Recurso, Actividades, Equipamiento, Clientela). En esto consiste lo que llamamos la Tipología integrada de recursos y actividades turísticas.

Daremos algunos ejemplos no limitativos que el lector podrá completar, y lo remitirán a cada uno de los cuatro cuadros generales precedentes.

Indicaremos igualmente las GRANDES AREAS DE LOCALIZACIÓN o dominios del desarrollo, donde las relaciones integradas entre los recursos y las actividades típicas, han provocado cambios notables en el medio.

### 3) Sus características

Podemos completar este esquema de integración aportando algunos calificantes de las actividades turísticas.

Estas pueden ser:

- a) INTENSIVAS O LIMITADAS según la naturaleza del recurso. Por ejemplo la pesca del salmón será una actividad limitada, mientras que la práctica de ski en una estación popular puede ser intensiva.
- b) PERMANENTE, ESTACIONALES u OCACIONALES. Por ejemplo: la visita al Castillo de Versalles es un actividad permanente, la recolección de champignones es estacional, mientras que la observación de los muflones en los Pirineos es una actividad ocasional.

### CADENA DE ORDENAMIENTO

RECURSO	ACTIVIDAD	LOCALIZACIÓN	FRECUENTACIÓN	TIPO DE EQUIPAMIENTO
	<div style="border: 1px solid black; padding: 5px; width: fit-content; margin: 0 auto;">CANOISMO</div>  <div style="border: 1px solid black; padding: 5px; width: fit-content; margin: 0 auto;">ZONA-MERCADO DE CLIENTELA</div>	<div style="border: 1px solid black; padding: 5px; width: fit-content; margin: 0 auto;">REGIÓN X</div>  	<div style="display: flex; justify-content: space-around; align-items: center;"> <div style="border: 1px solid black; border-radius: 50%; width: 40px; height: 40px; display: flex; align-items: center; justify-content: center;">e</div> <div style="border: 1px solid black; border-radius: 50%; width: 40px; height: 40px; display: flex; align-items: center; justify-content: center;">l</div> </div> <p>(Ver tabla en el texto)</p>	<div style="border: 1px solid black; padding: 5px; width: fit-content; margin: 0 auto;">AJ, PN, C</div>

**ACTIVIDADES TURÍSTICAS**

NAVEGACIÓN DE PLACER  
 SKI ACUÁTICO  
 PESCA DEPORTIVA  
 SURF  
 CANOISMO  
 CRUCEROS  
 etc...

HYDROME

DESCANSO AL AIRE LIBRE  
 RECOLECCIÓN DE FRUTAS  
 PASEOS A PIE  
 EXPOSICIONES FLORALES  
 SAFARIS FOTOGRÁFICOS  
 EXPLORACIÓN DE GURTAS  
 etc...

PHYTOME

VISITAS A SITIOS  
 EXPLORACIONES ARQUEOLÓGICAS  
 LUZ Y SONIDO  
 CIRCUITOS DE ARTE  
 VISITAS GUIADAS  
 etc...

LITHOME

TURISMO DE CONGRESOS  
 CASINOS  
 FERIAS DE ARTESANOS  
 VISITAS A FÁBRICAS  
 OBSERVACIÓN DEL FLOKLORE  
 VIAJES POR ANIVERSARIOS  
 etc...

ANTHROPOME

**RECURSOS TURÍSTICOS**

I HYDROME

Ejemplos de integración: i, intensiva; l, limitada; o, ocasional; p, permanente; e, estacional.

RECURSO	ACTIVIDAD TURISTICA INNTEGRADA (ATI)	CARÁCTER			EQUIPAMIENTO (1)
		i	P		
		l	e		
				o	
Litoral de Acantilado	Recolección almejas Pesca en playa Mirador panorámico Baños Navegación placer	i	p p p e e		H, RS, PN Ce

Fuente nat.	Observación naturaleza Experiencias científicas	i p	R
Lago cerrado	Estadía de reposo Paseo lacustre Mirador panorámico Navegación a vela o remos Pesca Baños Motonáutica	i p  p e e e	H Cp  RS  PN AJ
Arroyo	Pesca Juegos infantiles Ensoñación	l e e p	PN
Aquarium Seaquarium	Fotografías Films Observ. Natural	i p	R Cf

(1) H: Hotel

RS: Residencia secundaria

Pn: Pic-nic

Ce: Camping de etapas

R: Restaurante

Cp: Camping

Cf: Confitería

Aj: Albergue jóvenes

AGUA LÚDICA	Riveras balnearios
AGUA CURATIVA	Zonas termales
AGUA HELADA	La nieve
AGUA ESPEJO	Paisaje lacustre
AGUA ESCENARIO	Saltos, deltas, grandes ríos

## GRANDES DOMINIOS DE DESARROLLO

### 1) Riveras balnearios (el agua lúdica)

Entre los 40° de latitud sur a los 60° de latitud norte, netamente dentro de la periferia de los 100 Km. Máximos de zonas mareadas y de los conurbanos industriales. Desfavorecidos por mares peligrosos. Favorecidas a todo lo largo de las orillas, que son bañadas por mares tibios.

#### En Europa:

Costa Azul, Costa Atlántica de Normandía, Bretaña, Litoral Flamenco y holandés, Litoral danés y del sur de Suecia, playas británicas (de las Cornouailles a Kent), litoral báltico alemán y polaco, costa cantábrica española, litoral portugués (Costa del Sol, Algarves).

#### En el Mediterráneo:

Riveras italianas, Costa Brava, Costa del levante. Menos desarrolladas: litoral dálmata, litoral griego y turco.

Acción reciente de puesta en valor: Languedoc-Roussillon (1.963), costa libaneses e israelita, litoral del Mar Negro (Arenas de Oro, Mamaia, recursos latentes en Crimen y Cáucaso), litoral tuneciano desde Cabo Bueno hasta Djerba, litoral marroquí y algerino.

#### África Negra:

Riveras balnearias en creación o en desarrollo (África del Sur, Mozambique, Kenya, Costa de Marfil, Senegal). Playas peri-urbanas de Camyenne/Conakry, Vridi-Assinie/Abidjan, Pointe-Noire y Libreville, Malandi. En Madagascar, Nossi-Bé, Fort-Dauphin.

#### En América del Norte:

Las mejores playas a lo largo del Pacífico: California (Santa Mónica), México (Acapulco, Puerto Vallarta, Puerto Márquez), Chile (Viñas del Mar).

#### En América del Sur:

Estaciones balnearias cercanas a grandes capitales (Río/ Copacabana; Buenos Aires/Mar del Plata; Punta del Este/La Paloma; Santiago de Chile/Viña del Mar).

#### Sobre el litoral del Atlántico Norte:

Al extremo norte, playas canadienses de la Isla del Príncipe Eduardo. Florida (Miami), costas Carolinas y de Virginia, desde Maryland hasta las proximidades de las grandes ciudades (Case Cod, Coney Island/New Cork).

#### Costa de Venezuela:

(Catia el Mar, Macuto). Playas con cocoteros y ensenadas de fondo blanco de las Antillas y Bermudas.

### 2) Las zonas Termales (el agua curativa)

“Especialidad” europea en relación con la historia (baños romanos) y las regiones humanizadas. En Francia (Aubernia, Lorraine, Saboya, Pirineos); Alemania (Baviera, Selva Negra, Bade, Hesse); Australia (en Salzburgo); Bohemia; Italia (Piamonte, Emilia, toscana, Sicilia, lugares volcánicos); Servia; Bosnia, Rumania, fuentes griegas (ligadas a la tectónica terciaria), termalismo en Rusia.

Menos desarrolladas: Fuentes de Egipto (Hellouan), de Argelia, de Marruecos. Fuentes no inventariadas y sin poner en valor en el Africa Negra, en Madagascar (Antsirabé). Aguas cálidas surgentes de Nueva Zelanda (Wairakei), de islandis, de los Estados Unidos (Yellowstone, Sulphur Spring) de los Andes (Machachi, Tingo en Ecuador), en Japón (Nasu, Isóbara, Kinugawa, Beppu).

### 3) La nieve (el agua helada)

Campos de ski y zonas de deportes de invierno en las proximidades de zonas demarcadas y de villas modernas de Occidente.

La zona alpina europea, para comenzar, desde los Alpes Marítimos a Viena. Sobre las laderas, estaciones mediterráneas (Sierra de Gredos en España), Apeninos en Italia, Atlas marroquíes (Azrou), algeriano, montaña griega (Parnaso), Líbano (Los Cedros) y hasta Galilea del Norte en Israel. Sobre el norte de la zona alpina europea, franja herciana de la Sierra de Estrella (Portugal) a Noruega pasando por Auvergne, los Vosgos, el País de Gales.

Asia: recursos fuera del mercado internacional en el Cáucaso (UURR), inexploradas en el Himalaya.

En América, zonas de ski de los Apalaches (Vermont), de las Montañas Rocallosas (Squaw-Valley, Sun Valley, Aspen); motoski de planicie en Canadá, Laurentides y Hanff.

En América del Sur: Andes (Terminillo, Bariloche, Chacaltaya)

En África: ski en Rodesia y Kenya (Kilomandjaro).

En Nueva Zelanda, (Monte COOK), Alpes australianos.

En Japón: Sapporo, Yoshida.

#### 4) Paisajes lacustres (el agua espejo)

Bien desarrollado en las zonas montañosas (lagos suizos, Saboya, Auvergnia, Carinthie, Baviera) o sobre los viejos soportes de peniplanicie escandinavia, lagos escoceses, Suecia, Finlandia, Canadá.

Fuera de Europa: Lagos de Patagonia, de Bariloche (Argentina), grandes lagos africanos y americanos.

#### 5) El agua escenario

\*Paisajes insulares del Pacífico (Polinesia, Micronesia), del Mediterráneo (islas griegas, yugoslavas, italianas), del Océano Indico (Seychelles), de las Antillas (Key West) , islas de la Gran Barrera (Australia), Galápagos, mediterráneo japonés, Zanzíbar, etc.

\* Grandes ríos europeos: Rin, Sena, Danubio, Volga.

\*Americanos: Mississipi, Saltos del Niágara, Saltos de Tequendama en Colombia, Cataratas del Iguazú en Argentina.

\* En África: Senegal, Níger, Chari, Congo, Nilo (fuentes, saltos, delta) Zambeze (saltos Victoria).

\* Fiordeos noruegos, de la Columbia Británica, de Nueva Zelanda; estuario del Saint-Laurent; bahía de Sydney, de Hong-Kong, de Osaka, Stanley Pool, etc.

## II PHYTOME

Ejemplos de integración: i, intensiva; l, limitada; p, permanente; e, estacional o, ocasional;

RECURSO	ACTIVIDAD TURISTICA INNTEGRADA	CARÁCTER		EQUIPAMIENTO (1)
		i	P	
		l	e	
			o	
Prado Boscoso	Descanso, expansión Juegos de aire libre Contemplación	l	e e p	Cp, PN, RS
Árboles ais- lados notables	Fotografía Observación científica	i	p	PN
Bosques frondosos	Recolección flores frutas Recol. Hojas otoño	l	e e	Cp PN

	Fotos y visitas	p	H
	Cura natural	p	
	Caminatas	p	
	Observación fauna		
	Safari fotográfico	e	
	Hachar leña	p	
	Caza de ciervos	o	
Pradera natural, etc.	Cosecha flores	l e	Cp
	Reposo, expansión	p	RS
	Juegos aire libre	p	PN
	Caza de mariposas	e	

(1) Cp: Camping  
Pn: Pic-nic

RS: Residencia secundaria  
H: Hotel

1. MONTAÑA EN VERANO: alpinismo, observación fenómenos naturales. Parques Nacionales.
2. GRANDES CONJUNTOS BOSCOSOS: Escandinavia, Amazonas, Botánicos.
3. LA FAUNA: Libre en Parques (Africa), cautiva (Zoo), serpentarios, Aves migratorias.
4. CURIOSIDADES NATURALES: Desiertos, erosión intensa, garganta, volcán
5. PAISAJES VEGETALES: a) naturales: Pampa argentina, pradera americana.  
b) artificiales: No la acción humana sino el resultado (efecto armónico).

### III LITHOME

Ejemplos de integración: i, intensiva; l, limitada; p, permanente; e, estacional o, ocasional;

RECURSO	ACTIVIDAD TURISTICA INTEGRADA	CARÁCTER		EQUIPAMIENTO (1)
		i	P	
		l	e	
			o	
Castillos Residenciales	Visitas guiadas	i	e	H, R, Cf.
	Espect. Luz y sonido		e	
	Fotografías		p	
	Observación		p	
Avenidas Célebres	Compras y recorridos a pie	i	p	R, Cf.
	Fotos, films		p	
	Iluminación nocturna		e	
	Manifestaciones, desfiles		o	
Arquitectura Cemento,	Visitas guiadas	l	e	R, Cf.
	Recorridos		e	

vidrio, etc.

---

Conjunto edilicio	Caminatas Congresos, seminarios, reuniones Excavaciones	l	p  o o	H, R
-------------------	---	---	-----------------	------

---

(1) H: Hotel

R: Restaurante

Cf.: Confitería

---

1. ARQUEOLOGÍA: focos de arte cristiano, gótico, barroco. Museos. Monumentos. Civilizaciones precolombinas.
2. MONUMENTOS MODERNOS: Arquitectura industrial (países desarrollados) Realizaciones de prestigio (Tercer Mundo-Brasil).
3. ARQUITECTURA MENOR: Hábitats típicos (Tailandia), casas coloniales.
4. DIVERSOS: Plazas. Sitios que recuerdan acontecimientos.

#### GRANDES DOMINIOS DE DESARROLLO – ANTHROPOME

Este conjunto de motivaciones turísticas es tan notable en las regiones de vida económica desarrollada como en los países de economía atrasada. Unos y otros poseen elementos de atracción turística en la que el Hombre es el factor dominante. Los primeros tienen tecnología de avanzada. Los segundos porque se trata de actividades-reliquias amenazadas de desaparición y que tienen un sabor de rareza.

##### 1) EUROPA

Grandes puertos modernos (Róterdam, Londres, Ámsterdam, Hamburgo), o puertos fluviales (Bale, Strasburgo). Regiones donde se conserva la pesca marítima: Bretaña (Terranova), Cornouailles, Costa Belga (Ostende), Holanda (Volendam, Portugal (Nazaré), Costa Vasca. Realizaciones hidroeléctricas que se visitan (Kembs, Donzere-Mondragon). Realizaciones agrícolas o urbanas modernas (Estocolmo, granjas danesas, hospitales, vida comercial de barrios céntricos; Róterdam, Däseldorf). Lo mismo para los mercados financieros y los mercados de las pulgas.

Visitas a fábricas modernas (Renault, Fiat, Detroit, refinerías de petróleo, minas del Ruhr, del Norte).

Funcionamiento de los sistemas de telecomunicaciones (centrales de correo, estudios de radio, de T.V., de conexiones vía satélite).

Los peregrinajes constituyen frecuentemente un espectáculo (Lourdes, Lisieux, Fátima, Roma, Museo del Desierto). La Meca y las reuniones de gitanos, por el contrario, no son pretexto para visitas turísticas.

Los festivales internacionales (Beirut, Salzburgo, Lucerna, Venecia, etc.) así como ciertos rituales pintorescos que se conservan (Cambio de Guardia en Londres; desfile del 14 de julio en París: Corte Real de los Países Bajos; etc.

## 2) AMÉRICA DEL NORTE

Numerosas manifestaciones pintorescas en los Estados Unidos y Canadá (cow-boys, rodeos, Policía Montada canadiense). Animación comercial de centros urbanos (New York). Visitas a barrios típicos (Chinatown, Greenwich-Village, Haarlem, Nueva Orleans, San Francisco), estudios de cine (Hollywood) o palacios de juego (Las Vegas), carreras automovilísticas (Darlington, Indianápolis). Actividades espaciales (Cabo Kennedy y Houston).

### IV ANTHOPOME

Ejemplos de integración: i, intensiva; l, limitada; p, permanente; e, estacional o, ocasional;

RECURSO	ACTIVIDAD TURISTICA INTEGRADA	CARÁCTER		EQUIPAMIENTO (1)
		i l	P o e	
Artesanatos Reliquias	Fotos, film Compras Iniciación técnica		l p p o	Cj
Mercados	Remates Compras		l e e	
Festivales	Permanencia Participación		i e e	H, R.
Fábricas (pro- ductos artesan.	Visita técnica Compras Visitas		l e e	Cf.

(1) Cj: Centro de jóvenes

R: Restaurante

H: Hotel

Cf.: Confitería

Actividades destacadas tanto en regiones de gran desarrollo (técnicas de avanzada), como de economías atrasadas (actividades raras, amenazadas de desaparición), donde siempre el hombre es factor dominante.

Grandes puertos modernos, pesqueros antiguos. Obras hidroeléctricas. Mercados comerciales y financieros. Mercado de pulgas.

Comunicaciones modernas. Peregrinajes. Festivales. Rituales. Rodeos, cow-boys, Policía Montada. Carreras automovilísticas. Esquimales. Jíbaros, etc.

Contactos buscados con comunidades típicas (Indios, Mormones, Esquimales, Croquis de Caughnawaga/Québec).

### 3) AMÉRICA DEL SUD Y CENTRAL

Indios Jíbaros del Amazonas, habitats sobre el agua (Manaos), mercados indígenas en Bolivia, Perú, México, indígenas Guaraníes (Paraguay). Carnaval en Río, de Veracruz, de las Antillas, folklore de Haití (Vudú), del Caribe, trajes, música, danzas criollas: feria indígena de Otavalo (Perú), “pueblo de las cañas” del Lago Titicaca (Bolivia), indígenas Tarahumara del Norte de México. Cocina de Guyana, comidas gauchas de la Pampa, gastronomía en Caribe. Entre las manifestaciones: rodeos chilenos, yerra de animales (Argentina), pesca de peces voladores en las Barbados; visita a la zona petrolera de Maracaibo, los mataderos de Buenos Aires, etc.

### 4) ÁFRICA, ASIA

El artesanato indígena (semi-comercial) es un primer atractivo (Maghreb, India).

“ELEMENTOS GENERALES DE LOCALIZACIÓN TURÍSTICA”

Pierre Deferí \_ C.H.E.T. Aix-en-Provence – 1.969 Red. 1.979

La localización resulta de un reencuentro. Reencuentro entre los hombres y los sitios (del presente, del pasado). Reencuentro de los hombres con otros hombres.

Como todo reencuentro humano, está cargado de irracionalidad. Donde sus efectos, éxito o fracaso, son inesperados. Pues los símbolos monetarios o económicos que lo expresan no vienen sino después y no son más que la consecuencia.

Ellos no son el origen.

Ese reencuentro creado también es lo que llamamos un clima, un ambiente humano, donde el encanto de ciertos sitios donde se recrean los viajeros tienen aún el problema de conservar el alma de las grandes estaciones.

Este ambiente es una conjunción fortuita y feliz de elementos imposibles de introducir en la computadora. Tal vez un día sabremos más sobre ello, pero continúa siendo un campo imposible de explorar científicamente a menos de cometer gruesos errores.

La explicación científica debe saber ignorar un dominio al que ella no puede acceder. No todavía. Y para una cierta parte que influencia el éxito de las localizaciones, del hecho que el turismo es un movimiento de hombres y no de cosas. Y un movimiento de hombres que no son siempre impulsados por razones de lógica utilitaria.

Marzo 1.969

## 1. DEFINICIÓN Y OBJETO

1.01 La localización turística es el conjunto de factores físicos, económicos o humanos que permiten la explotación, en condiciones rentables, de los recursos de base que sirven de atractivo a la frecuentación turística.

Esos factores son muy diferentes de aquellos que se pueden estudiar en materia de localización agrícola.

### 1.1.1 OBJETO

La localización turística se define por la localización de un consumo y entra en el cuadro de localizaciones de servicios. Se diferencia netamente de las localizaciones de tiempo libre por condiciones más exigentes.

La característica fundamental de la localización turística es que ella implica:

- a) El emplazamiento obligado del consumidor,
- b) La reunión de todos los bienes y servicios que cooperan en la existencia cotidiana, más
- c) Un cierto número de elementos que proveen el goce puramente turístico.

La diversidad de prestaciones turísticas ofertadas en el mercado para satisfacer a los usuarios hace que los elementos que influyen en la localización turística sean muy numerosos. Su estudio debe estar hecho por métodos analíticos rigurosos bajo pena de equivocar las conclusiones que se pueden extraer de un estudio de localización.

### 1.1.2 CONDICIONES DE LOCALIZACIÓN

Se puede distinguir actualmente:

- a) Localizaciones geográficamente y estrechamente determinadas por sitios o monumentos. Son localizaciones unívocas (o rígidas).
- b) Localizaciones posibles en el interior de un área que ofrece un carácter específico acusado. Son localizaciones plurívocas (o flexibles).+
- c) En el interior de un espacio homogéneo débilmente particularizado, localizaciones casi indiferentes en función de otros factores. Son localizaciones llamadas “equivocas” (o indiferentes).

## 2. MACRO LOCALIZACIÓN GEOGRAFICA DE LAS TIPOLOGÍAS ZONALES Y DE ESTACIONES

### 2.0.1 LOCALIZACIONES ESTIVALES DE MONTAÑA

#### 2.0.2 GENERALIDADES

Se encuentran entre las más antiguas en Europa. El descubrimiento de la montaña ha sido en el siglo XVIII. Los viajeros buscaban entonces las “curiosidades” (gargantas, abismos, torrentes, grutas, peñascos raros) y se acercaban apenas al exterior de los macizos. Esta curiosidad se correspondía igualmente con el movimiento científico de las ideas. Mas tarde, los viajeros penetraron al exterior de la montaña, con el desarrollo de la red rutera y ferroviaria y la localización se hizo difusa. Se podría

decir que la localización fue unívoca al principio (coincidencia con un sitio único) y devino plurívoca en el siglo XIX. La demostración ha estado dada por las localizaciones climáticas (sanatorios) instalados dentro de toda una zona general donde el clima local beneficia al organismo. Siempre, el acercamiento deportivo a la montaña, como es el caso todavía para los macizos extraeuropeos (Himalaya, Andes) conduce a localizaciones unívocas. Un viejo ejemplo excelente es Zermatt, al pie del Cervin (Suiza).

### 2.0.3 LOCALIZACIÓN PERIFÉRICA

El primer esquema instalación del turismo en montaña concierne a la periferia del macizo. Se crea un cierto número de localidades de función turística, frecuentemente sobrepuestas a una función anterior (parada, villa-mercado, centros comerciales, pequeñas ciudades industriales). Esas villas características alrededor del arco alpino forman gruesos nudos de concentración donde se cruzan las líneas de transportes. No se permanece allí, pero el tránsito ahí es muy activo. Un examen preciso permite distinguir:

- Una periferia-contacto: Está contigua a la montaña (Coire, Fribourg, Salzbourg, Brescia).
- Una periferia-distribución: La villa de piedemonte no está contra la montaña, sino a alguna distancia, sobre una corriente de circulación. Ella canaliza las corrientes de viajeros hacia muchos valles de la montaña (Turín, Zagreb, Berna, Munich, Strasburgo).
- Una periferia-poste: La villa se encuentra esta vez en el interior del macizo de un largo valle.

### 2.0.4 LOCALIZACIÓN LINEAL

Las estaciones precedentes complementadas con localidades secundarias, se alinean en montaña a lo largo de ejes de comunicaciones. El valle interior ofrece así un esquema longitudinal de instalación lineal.

### 2.0.5 LOCALIZACIÓN DE ZONAS DE ARTE

### 2.0.6 GENERALIDADES

Los primeros viajeros que hicieron turismo a principio del XIX, visitaron con preferencia los monumentos y las ruinas (Guía Baedeker). Esta motivación para viajar es una de las más antiguas. Después de una decena de años, la arqueología se beneficia de una moda, gracias al progreso de los transportes, a las excavaciones que permiten poner valor nuevas zonas de arte. Parece así que la Humanidad, inquieta de su devenir, se vuelve con afecto hacia los vestigios de civilizaciones pasadas.

### 2.0.7 TIPOLOGÍA DE LA LOCALIZACIÓN

Las instalaciones que permiten gozar del recurso deben estar ubicados en el mismo lugar. La localización es pues unívoca (rígida). Ejemplos de hoteles ubicados al lado de una curiosidad: Mena House en las Pirámides, Hotel de Postas Aéreas en Ankor, hotel de Pont du Gard, hoteles de la Gran Ruta del Mont-Saint-Michel. Proyecto de hotel panorámico dominando las Ruinas de Machu-Pichu en Perú. Algunas veces un

antiguo palacio, en el corazón de un barrio histórico es transformado en hotel (Palacio Jamaí en Fez; Venecia; Paradores españoles).

## 2.0.8 FACTORES DE LOCALIZACIÓN

Son de diversa naturaleza:

- 2.0.8.1 El acceso se hace hoy por ruta o avión. Una zona arqueológica poco accesible está fuera de la valoración turística cualquiera sea su interés (frescos del Sahara, iglesias coptas de Etiopía, monasterios de los Balcanes, iglesias rupestres de Turquía).
- 2.0.8.2 La presencia de un mercado vecino abundante, establecido por otras razones. Una zona de arte puede beneficiarse con la presencia de bañistas o excursionistas que encuentran así un complemento de recursos, pero no habrían venido únicamente por una curiosidad secundaria. Lo mismo sucede con la clientela de termalismo o de negocio.
- 2.0.8.3 Allí donde las curiosidades deben ser el objetivo de una puesta en condición que implica varias etapas: inventario descriptivo completo, puesta en reserva de un sector dejado a los científicos, restauración y presentación de un sector abierto al público, instalación de equipamiento audiovisual de presentación, guías, etc.

## 2.0.9 LOCALIZACIÓN URBANAS

Cuando una villa de arte, de un perímetro limitado, posee suficientes curiosidades para ofrecer residencia a grupos o a turistas individuales durante el año, la localización toma prestado a la función de arte los rasgos específicos. Ejemplos: Ravenne, Avignon, Toledo, Salzburgo, Rouen, Brujas, Delfos, etc. Se deberá tener en cuenta organizaciones con horarios precisos que reduzca los tiempos muertos o inutilizados. Los hoteles y las oficinas de informes deben estar situadas en el centro del perímetro de visitas. Utilizando medios colectivos (ómnibus, tranvías) o individualmente (taxis, automóviles, caminatas a pie), lo importante es que el visitante pueda dedicar el mayor tiempo posible de su estadía a la contemplación de las riquezas artísticas. La localización de los servicios secundarios (bancos, restaurantes, oficinas de correos, policía, servicios sanitarios) debe ser hecho igualmente en función de la zona a visitar.

## 2.0.10 LOCALIZACIÓN FLUVIALES

### 2.0.11 GENERALIDADES

Los valles son siempre las vías de comunicación que canalizan rutas y vías férreas. Sus recursos turísticos se encuentran así valorados por las corrientes permanentes de clientela. Los atractivos turísticos que contienen son bastante diferentes:

\*valor pintoresco (valle con meandros, gargantas, desfiladeros)

\*recurso de pesca.

\*recursos deportivos: canoísmo, navegación, baños.

\*recursos monumentales: castillos, palacios, iglesias, monumentos creados a causa del río (Puente de Avignon, presa de Assuan, puentes sobre el Rhin en Holanda).

La visita de un valle se hace algunas veces bajo forma de cruceros fluviales (Danubio, Rhin, Volga, Níger, Mississipi).

#### 2.0.12 FACTORES POSITIVOS DE LOCALIZACIÓN

El lecho de un río, sobre todo si contiene terrazas, ofrece vastos niveles para la urbanización. Ciertos detalles del curso del río ofrecen un aspecto pintoresco: salientes rocosas, islas, formaciones rocosas. El mismo río puede servir de vía de navegación. El acceso es fácil. Ciertos problemas de aprovisionamiento (agua) y de energía son automáticamente resueltos.

El río frecuentemente tiene ya localizadas villas de intercambio, puntos de encuentro (confluencias), ciudades capitales, ciudades comerciales que sirven de injerto al desarrollo de una función turística (París, Viena, Toulouse, etc.)

#### 2.0.13 FACTORES NEGATIVOS

Las crecidas súbitas y las irregularidades del régimen determinan prudencia en la instalación ribereña. El sitio, si es exiguo, puede hacer escasear los terrenos disponibles. Finalmente en el caso de ríos que sirvan de frontera, las condiciones políticas se oponen al ordenamiento turístico común del valle. Esto vale para fronteras nacionales y regionales.

#### 2.0.14 TOPOLOCALIZACIÓN

Los equipamientos turísticos son generalmente bastante selectivos:

- a) Los hoteles eligen frecuentemente los sitios de puentes, donde se puede atravesar el río. En su defecto, sitios panorámicos por arriba de la ribera o sobres un promontorio rocoso.
- b) Los terrenos de camping buscan los meandros, a condición de que no sean inundables.
- c) Las residencias secundarias son voluntariamente atraídas por la ribera y busca sitios que permanentemente tengan una vista agradable.
- d) Cuando una localidad está situada sobre una ribera tiene el contacto de dos regiones diferentes, la instalación industrial debe hacerse aguas abajo (por la polución) y es necesario dejar la parte del río aguas arriba para las instalaciones para el tiempo libre. Esa parte superior es frecuentemente más pintoresco (lagos, cascadas, gargantas).
- e) Las represas son elementos de localización: albergues de pescadores, posta para el canoísmo-camping, sitios pintorescos, etc.

#### 2.0.15 LAS LOCALIZACIONES SELVÁTICAS

#### 2.0.16 GENERALIDADES

En regiones fuertemente urbanizadas, bosques y selvas son polos de atracción para las necesidades de distinción. Al lado de la función agrícola, industrial o comercial de los bosques, se desenvuelve una función de tiempo libre. Ella reposa en elementos de climatología boscosa (silencio, verdor, aire puro, etc.) y de atracciones bastante diferentes.

## 2.0.17 DIFERENTES FUNCIONES DEL BOSQUE

La instalación turística busca ante los conjuntos estéticos (bellos árboles, montes tipo catedrales, series artísticas, esencias raras). Después, las particularidades específicas: rocosas (Sidobre), grutas, lagunas (Rambouillet). Finalmente, elemento que permiten el ejercicio de actividades de tiempo libre, cuando están permitidos: recolección de flores, de frutos, de hojas, de hongos. La localización hecha sobre el conjunto de un macizo boscoso, es del tipo equivoca.

## 2.0.18 TIPOLOGÍA DE INSTALACIÓN

En el interior del espacio forestado, la localización se inclina sin embargo hacia sitios preferenciales. Se pueden distinguir los siguientes:

2.0.18.0 Localización de claros abiertos (amplios). Frecuente en los macizos forestales de planicie donde la agricultura ha talado árboles durante mucho tiempo. Una villa concentra el alojamiento (instalación arcaigénica)

2.0.18.1 Localización de claros estrechos. Frecuente en los bosques de macizos montañosos. Una aldea, algunas casas, una villa en el fondo del valle atraen la instalación.

2.0.18.2 Localización de anfiteatros. Siempre en zonas de montañas, en una cuenca donde influyen muchos cursos de agua. Un gradiente panorámico refuerza su valor (miradores).

2.0.18.3 Localización de lindes. Se establece en la orilla del bosque y es muy favorable al turismo (bosques de los vosges)

2.0.18.4 Localización aislada en el interior del bosque. Dentro mismo del bosque, los elementos pueden favorecer la instalación turística: pasos entre montañas con posadas, pabellones de caza, casas de guardabosques. Cabañas de carboneros, aserraderos, milanos, vidrierías, herrerías. Con frecuencia abadías que han sido el origen del sitio.

## 2.0.19 CONDICIONES DE LA INSTALACIÓN

A pesar de todo, la instalación boscosa debe tener en cuenta un cierto número de condiciones. He aquí alguno de ellas:

2.0.19.0 Topográficos: Evitar las pendientes abruptas o expuestas a la sombra. Las caídas a plomo. Las agujas y buscar los sitios planos.

2.0.19.1 Geológicas y pedagógicas: Los bosques bajo sol seco son preferibles a los bosques húmedos. Se prefiere las rocas donde se puede tirar en el lugar materiales de construcción.

2.0.19.2 Jurídicos: La selva y el bosque han sido siempre un capital precioso. Una reglamentación densa pesa frecuentemente sobre su uso. El principio de conservación, de renovación, impide una plena libertad de ordenamiento. Ciertos bosques reservados a la caza excluyen la instalación turística. Lo mismo ocurre con los bosques de Parques Nacionales. En los países europeos, los códigos forestales comienzan recién a considerar la instalación turística..

2.0.19.3 Específicos: El bosque es un organismo vivo, a diferencia de un desierto o de un litoral. La instalación modifica e proceso ecológico y la biosfera. No puede ser la misma en bosque de resinosos o frondosos, en montes altos o en selva en galería. El bosque nórdico ofrece posibilidades diferentes a los castaños de Córcega.

2.0.19.4 Económicos: La dosificación de la frecuencia es necesaria por el doble fin de asegurar la rentabilidad de las instalaciones, pero también de evitar la destrucción del soporte. Cada forma de instalación (camping, hoteles, residencias secundarias) debe ser objeto de un análisis económico especial. Finalmente, se puede excluir el bosque de toda ocupación turística inmediata para ponerlo en reserva para el porvenir.

## 2.0.20 LOCALIZACIÓN DE CENTROS DE PEREGRINAJE

### 2.0.21 GENERALIDADES

“El espíritu sopla donde él quiere”, tal parece ser el principio que preside las localizaciones de centros de peregrinaje. Se tendrá entonces una localización rígida, de tipo unívoco. Ahí donde la Divinidad se manifiesta, llegan los fieles. Los santuarios de la Grecia antigua (Delfos, Olimpo, Délos) son el ejemplo de una localización religiosa muy particular. En la Edad Media, los caminos que conducían a Santiago de Compostela habían sido estudiados por los especialistas y diseñaron una red de vías de comunicación muy claras en la cual se ha podido observar las localizaciones de etapas. Los peregrinajes del Occidente católico, ligados al culto de la Virgen, han creado estaciones que trajeron como consecuencia el progreso del transporte a los lugares de turismo muy frecuentados: Lourdes, Fátima, Efeso. Se trata de centros de renombre internacional donde el equipamiento turístico está muy a unto.

## 3. MICRO LOCALIZACIÓN DE LOS EQUIPAMIENTOS TURÍSTICOS

### 3.0. LOCALIZACIONES HOTELERA

La localización de hoteles siempre ha estado ligada a los problemas de circulación antes que a las condiciones de residencia. Hospicios, posadas, albergues de peregrinos, se situaban en los antiguos ejes de circulación, donde el viajero sentía la necesidad de un descanso en razón de la fatiga o de los peregrinos (pasos montañosos, albergues de encrucijadas y de Burgos-mercados).

#### 3.0.0 LOCALIZACIONES FERROVIARIA

La creación de redes ferroviarias en Europa y en otros países del mundo, ha dado lugar al nacimiento de hoteles ferroviarios o terminales. Esos establecimientos eran necesarios en razón de las esperas para efectuar combinaciones; las estaciones no estaban equipadas para alojar y alimentar a los viajeros. Las compañías ferroviarias comprendieron esa necesidad y crearon entonces redes integradas de establecimientos hoteleros, algunos en la mismas estaciones otros al lado. Actualmente, el rol relativo de los ferrocarriles en la circulación, oscurecen el interés de esos establecimientos. Un primer golpe les fue dado por la Compañía Wagons Lits. Un segundo golpe por el desarrollo de trenes de negocios rápidos en los que los horarios son calculados para unir ciudades sin que sea necesario hacer una etapa intermedia. Es prematuro decir si los trastornos que proporcionarán a la técnica ferroviaria los aero-tren, darán nacimiento a una localización nueva de establecimientos turísticos.

### 3.0.1 LOCALIZACIONES RUTERA

Decíamos que es anterior a aquella de los ferrocarriles, en lo que concierne a los transportes por diligencias o carruajes de mensajería del siglo XIX. Los innumerables “hoteles de posta” que servían de relevo de caballos, fueron ilustrados por los pintores, dibujantes y romanceros. Después de un período de eclipse, la circulación ruterá ha sido reanimada por el automóvil, a partir de los primeros años del siglo XX. Michelin ha sido el primero en 1.900 en concebir una Guía de Hoteles. A diferencia de la localización hotelera automovilística es infinitamente más elástica. Podemos distinguir:

- a) Una localización antigua central (ubicada en una ciudad, un mercado, etc.).
- b) Una localización de sitio (ante un monumento, una iglesia, un castillo, etc.).
- c) Una localización de cruce de rutas, sea en una villa o en las afueras de la ciudad.
- d) Una localización solitaria de sitio (grutas, miradores, cascadas, lugar de peregrinaje).
- e) Una localización equivoca campestre, (indiferente) buscando sobre todo la tranquilidad y la soledad.
- f) Una localización de estilo, inserta en una construcción cuya afectación original ha sido diferente: molinos, conventos, pabellones de caza, etc.

### 3.0.2 LOCALIZACIONES EN AEROPUERTOS

Era inevitable que le transporte aéreo hiciera nacer establecimientos hoteleros adaptados a sus exigencias. Los hoteles de aeropuertos se asemejan a los hoteles de terminales ferroviarias, sobre todo cuando el pasajero en tránsito no puede salir del aeropuerto (Hilton-Orly, Paradas aéreas francesas en África).

Frecuentemente la ausencia a la mediocridad de la hotelería tradicional en los países nuevos, a los que se pueda acceder por avión, imponen a las compañías de transportes la obligación de localizar una red hotelera paralela a su red de escalas y sin tener una segunda intención turística (cadena de los Intercontinental-Hoteles en América del Sud, Guest-houses de la SABENA en el ex Congo Belga; hoteles de la filial UTH de la Compañía Francesa UTA en el Pacífico). Esa preocupación es doble hoy con una preocupación cuantitativa. No se trata solamente de poder albergar los viajeros aéreos crecen con la puesta en circulación de aparatos cada vez más rápidos y más grandes (Airbus, aparatos supersónicos). Es probable que las localizaciones de hoteles de aeropuertos recién están apareciendo, y que ellos se desarrollarán ampliamente.

### 3.0.3 LOCALIZACIONES DE PERMANENCIA

A diferencia de las localizaciones precedentes que se dirigen casi siempre a los viajeros en tránsito, la hotelería cubre una función de estadía (disputadas por otras formas de turismo, como las villas de vacaciones). Inicialmente la localización hotelera de estadía apareció como:

- a) Una localización de salud (hoteles de estaciones termales, establecimientos de cura, sanatorios).
- b) Una localización de satisfacción estética (al borde del mar).
- c) Una localización de sitio (MENA-House en las Pirámides).
- d) Una localización religiosa (ciudades de peregrinajes)

Actualmente estas localizaciones subsisten, pero agregaremos:

- a) Una localización de trabajo (seminarios, congresos: mansión de Hook en el centro de Suecia)
- b) Una localización de nieve (hoteles de montaña para la práctica de deportes de invierno).
- c) Una localización residencial litoral (en pleno ascenso).

El estudio de la localización hotelera aparece como de muchas formas posibles. En cada caso se analizarán separadamente todos los factores generales mencionados en la primera parte y que condicionan la rentabilidad.

### 3.1 LOCALIZACIÓN DE MOTELES

Estos establecimientos se orientan esencialmente a los viajeros ruteros y su desarrollo sigue muy de cerca la extensión de las redes de autorutas. Estas últimas constituyen, en los hechos de que frecuentemente la autopista constituye un espacio de circulación autónoma del que es difícil de salir. Ese espacio debe proveer los bienes y servicios de los que tiene necesidad el viajero (abastecimiento de carburante, alojamiento, comidas, reparaciones, accesorios).

Los condicionantes: La localización de un motel depende de una ecuación bastante compleja donde se distinguirá:

El volumen del flujo autorutero. Aparentemente, por debajo de 12.500 vehículos por día, un motel no es rentable. Una localización ideal se encuentra en el cruce de autopistas.

Las probabilidades de una parada necesitada por fatiga. A partir de 400 o 500 Km. De una ciudad de partida (ruta París-Lyon).

El deseo de una detención fácil, de forma que la cama o el restaurante estén en las proximidades del punto de partidas y cerca de lugares de cita: moteles extramuros de las grandes capitales.

#### 3.1.1 Redes de Moteles

La localización tiene interés en reagrupar un cierto número de moteles en redes o cadenas (U.S.A., Canadá) cubriendo un continente entero. La localización beneficia pues la situación de monopolio, ya que las ventajas particulares están reservadas al usuario que sigue la misma cadena.

#### 3.1.2 Sitios

La localización de moteles busca más y más separarse del eje de tráfico rutero (por los ruidos). El sitio debe ofrecer importantes facilidades para instalaciones de detención (piscina, deportes, etc.). El costo inicial del terreno debe estar previsto considerando las extensiones.

## 3.2 LOCALIZACIÓN DE CAMPING

### 3.2.0 Generalidades

El desarrollo del camping en toda Europa, desde hace treinta años, pone en movimiento a millones de personas que deben instalarse en un sitio conveniente para poder pasar una noche o muchos días. El camping individual, libre al principio, debió plegarse a las reglas, como todo fenómeno social. La instalación debe estar prevista bajo formas colectivas para centenares de personas reunidas en un lugar, sometidas a una disciplina de organización y de administración. Por analogía a las empresas comerciales de alojamiento, se habla de hotelería “de aire libre”. El fenómeno es suficientemente acentuado como para que se pueda desprender una tipología de la localización. Es la siguiente:

#### 3.2.1 Tipología de localización

\*Litoral: Las orillas del mar, desde el Mar del Norte al Mediterráneo, ofrecen la más grande densidad. Las zonas que se rechazan son las cóncavas, las pantanosas, las zonas de aluviones bajas y húmedas. Ciertos sitios son preferenciales: cabos y promontorios (Costa Azul) así como los fondos de bahías no acupadas por instalaciones. La localización en litoral de calas y cuevas permite frecuentemente una micro-instalación de terrenos de pequeñas dimensiones. Son igualmente favorables los valles, los estuarios t los polders, los flancos de dunas correctamente secos (litoral normando). Las dunas fijas y forestadas son igualmente buscadas, pero las dunas no fijas y venteadas deben rechazarse.

\* Lacustre: Los lagos son atractivos para camping sobre todo en sus extremos, ahí donde los terrenos planos y aluvionales están disponibles. Lo mismo que sobre las morenas arenosas que forman barrera. La instalación junto a espejos de agua artificiales es más difícil en razón de la variación de nivel, de condiciones impuestas por el constructor, y la imposibilidad frecuente de poner tomar baños, pesca o navegar.

\* Ribereña: Los cursos de agua, aún de mínimas dimensiones, son buenas localizaciones por razones naturales (agua para diversos usos, baños, pesca, canoísmo, etc.). Los prados de suelo esponjoso y situados por arriba del nivel de crecidas son los sitios preferenciales, así como los meandros con pedregullo y vegetación. Los grandes valles que confluyen hacia las grandes ciudades.

## 4. LOCALIZACIÓN DE AGENCIAS DE VIAJES

### 4.0. GENERALIDADES

Se trata de una localización terciaria que consiste en una distribución de servicios. En principio, ella debería ser muy flexible. En los hechos, los factores que la condicionan son bastantes coercitivos. Esta localización es reciente en relación con el desarrollo del turismo y de los viajes. Distinguiremos diferentes casos:

- AGENCIAS RECEPTORAS: Encargadas de la recepción del viajero extranjero, donde él tiene necesidad de numerosos servicios; están localizadas en el mismo recurso, en estrecho contacto con la zona de visita. En la India, o Medio Oriente, en su origen, la agencia se instalaba en la oficina del hotel a donde llegaban los viajeros (Cook). Ahí donde una calle central reagrupa los hoteles, las grandes

tiendas, los bancos, los Consulados y Embajadas. Las oficinas de las compañías de transportes, las agencias se insinúan entre esas empresas por un fenómeno de coalición, sobre todo si hay concurrencia. En las estaciones balnearias, las agencias receptoras se ubican frente al mar. En las estaciones termales, al lado del Casino; en los centros de ski, al lado de las instalaciones deportivas; en las ciudades de arte, al lado de los monumentos. Pero en todos los casos, será allí donde la renta del suelo sea la más elevada.

- AGENCIAS EMISORAS: Ellas son más recientes y su finalidad es prever al viajero informaciones, programas, pasajes, antes de su partida. Están localizadas, entonces, en el área del mercado y lo más cerca posible del cliente. Ellas existen únicamente en los países desarrollados, y su tipología es más y más diferenciada. por ejemplo: Se puede estimar que una agencia corresponde de un radio de población. Un parámetro debe tener en cuenta el nivel de vida, el presupuesto de tiempo libre, el nivel cultural.

Especialización en viajes de negocios. La agencia se instala en el centro del barrio de negocios, donde la concentración de fábricas, de administraciones, de empresas, es la más fuerte. Algunas veces en el interior mismo del organismo (OTAM, UNESCO, Palacio de Congresos, etc.).

Turismo y estancias-vacaciones: Una doble orientación es actualmente visible, que resulta de la concepción del producto a comprar por el público. Las agencias se aglomeran en barrios especializados en el centro de capitales, cuando el producto presenta un carácter de lujo, y que el cliente va de un comercio a otro para comparar los precios y la calidad antes de comprar (Shopping goods).

Ejemplos: Avenida de la Opera y Champs Helysées en París. Ahí donde el turismo y los viajes comienzan a ser considerados como un bien de consumo generalizado, las agencias se dispersan para tratar de monopolizar la clientela, evitando la concurrencia y estar en el centro de la masa de consumidores que no van a viajar. Ejemplos: agencia de los alrededores de grandes villas y arrabales.

Localización derivada se produce cuando una agencia emana de otra empresa, sin vínculo obligado con ella, pero que le permite aprovechar las ventajas de local, de personal, o ventajas financieras. Se encuentra así, agencias de viajes instaladas en grandes tiendas, en bancos, en grandes estaciones, en aduanas, en supermercados.

- CONDICIONANTES

Los condicionantes de localización que se deben tener presente son de diversos órdenes.

- a) Tecnológicos: es necesario una oficina, stocks de billetes, teléfono y télex.
- b) Administrativos: tener en cuenta reglamentaciones oficiales.
- c) Económicos: Costo del alquiler, sueldos del personal calificado, servir a la ventas de compañías de transportes, contabilidad racionalizada, participación en cadena, etc.

## 5. LOCALIZACIÓN DE OFICINAS DE TURISMO Y DE RECREACIÓN

### 5.0. DEFINICIÓN

Se trata de la localización de una función de información y de orientación en principio no comercial. No existen exigencias de rentabilidad directa. El funcionamiento de estas oficinas forma parte de los gastos de publicidad o promoción de un país o de una región. Pueden ser igualmente incluidos en los costos de gestión de una firma comercial (Oficina de representación hotelera).

#### 5.0.1 AMBIVALENCIA

Esa oficina debe asegurar el mejor contacto con la clientela.

Se puede considerar esta relación:

- a) Antes de la partida del cliente, en el interior de la zona-mercado.
- b) A la llegada del cliente, en la región turística.

Se reencuentran así los caracteres propios de la localización de agencias de viajes, en sus funciones emisores o receptores.

#### 5.0.2 LOCALIZACIÓN DE OFICINAS NACIONALES

Estas oficinas constituyen representaciones e instrumentos publicitarios eficaces. Están entonces instaladas en el seno de la zona-mercado. En las capitales de grandes países del mundo que son los focos de emisión de viajeros internacionales, estas oficinas se localizan en el centro de barrios especializados (shopping goods), entre las oficinas de compañías de transportes y las agencias de viajes.

El mismo caso, del plano nacional, para las Casas de Provincia, establecidas por regiones turísticas en el seno de un mercado de clientela importante.

En los países receptores, la localización de una oficina de informes dentro del Organismo Oficial de Turismo no es frecuentemente adecuada (estos organismos tienen funciones administrativas y no están situados necesariamente en la zona de recreación máxima de viajeros extranjeros).

#### 5.0.3 LOCALIZACIÓN DE OFICINAS REGIONALES O LOCALES

Los recursos financieros comúnmente reducidos restringen esas oficinas a las zonas de llegada de la clientela en las estaciones y, en las regiones, al lado de los sitios y de los recursos atractivos. Ninguna doctrina se ha definido en cuanto a la mejor ubicación buscada. Ella es frecuentemente el resultado del azar. Se pueden indicar dos factores que son esenciales:

- a) disponer de un local conveniente, propio, moderno, funcional y bastante amplio (stock de folletería). Puede ser una oficina móvil, temporaria y desplazable.
- b) Tener aseguradas conexiones rápidas y eficaces (teléfono, télex, mensajeros, taxis) con el conjunto de prestatarios de servicios turísticos de la estación o de la región. (algunas veces, sistema electrónico de reservaciones).

#### 5.0.4 TOPOLOCALIZACIÓN

Se puede distinguir:

- a) las oficinas “IN”, situadas en el interior de estaciones ferroviarias, de aeropuertos y puertos.
- b) las oficinas “Next”, vecinas a esos puntos de arribo citados.
- c) las oficinas situadas en el centro del barrio de hoteles o de la zona de visión.
- d) las oficinas extra-muros, en las afueras, destinadas a los guías, a las informaciones y a las reservaciones para la clientela automovilística (accesos y salidas de autorutas).
- e) en villas pequeñas, una localización imperfecta existe en los edificios públicos: municipalidad, hotel, cámara de comercio.

### 6. LOCALIZACIÓN DE ACTIVIDADES NÁUTICAS

#### 6.0. GENERALIDADES

La práctica de la navegación de placer es uno de los aspectos del tiempo libre de la segunda mitad del siglo XX. Ella da lugar a corrientes turísticas que son, de hecho, usuarios y que:

- 1) deben salir de su domicilio para dirigirse a una zona de navegación y
- 2) a partir de esta zona circula sobre un dominio marítimo más o menos extenso. En su origen la navegación a vela se hizo según las antiguas costumbres y, como en Grecia, los barcos quedaban sobre una playa. El crecimiento del tonelaje, la multiplicidad de las necesidades de recreo, ha impuesto el reagrupamiento de las actividades náuticas en ciertos puntos que pueden responder a sus exigencias. Un problema de localización existe, entonces, todavía bastante mal conocido.

#### 6.0.1 LOCALIZACIÓN ARCAICA (Sobre localizaciones anteriores)

En la utilización para el esparcimiento de puertos no funcionales, que son puertos de pesca o comerciales. Esto resulta conflictivo para el usuario. Sin embargo, las dársenas desafectadas de puertos comerciales se pueden convertir para la navegación de placer.

Económicamente, el puerto de pesca se opone al puerto de placer por la dimensión de su vector exógeno. El está fijado en un ángulo del litoral. Como una ostra en la roca, y sus embarcaderos son frecuentemente muy reducidos (excepción hecha a los puertos que comercializan la pesca). Por el contrario, para los puertos de recreación, los embarcaderos son extensos ya que atienden villas importantes. Las más próximas, donde se encuentran quienes van a utilizar los barcos.

### IIIº PARTE: POR QUÉ ESTA TIPOLOGÍA

Estas líneas acababan de ser escritas cuando el Boletín Técnico de la U.I.O.O.T (marzo 1.972, ref. BT/T PAD/1-72) y supimos que un estudio análogo había sido encarado al nivel de las organizaciones internacionales. Y leímos por ejemplo:

“Se toca en fin el problema fundamental del Turismo: aquel de la materia prima, los recursos... Es importante pues proceder a una identificación realista de los

recursos turísticos; esta debe corresponder sobre todo a las motivaciones fundamentales del turismo, así como a la evaluación correcta de las posibilidades de transformar los recursos potenciales en recursos utilizables”. Esto toma una agudeza singular cuando se considera la puesta en valor muy acelerada (según algunos), de los recursos turísticos de los países en vías de desarrollo para responder a la demanda creciente de los países tradicionales “emisores” de turistas internacionales (zonas-mercado).

## 1) La Oferta frente a la Demanda

### a) Una expansión de la demanda inevitable

La necesidad de recursos nuevos para el Turismo es el reflejo del crecimiento de éste último, que adopta una tasa de 6, 8 o 12% por año. El hecho es brutal: son cada vez más y más numerosos los usuarios que demandan gozar de ciertos recursos. Se contaron 191 millones de viajeros internacionales en 1.971, y serán sin duda 200 a 250 millones en 1.980 o 1.990. Muchos recursos nuevos serán entonces arrojados al mercado turístico cuando se alinearán en el mundo, en 1.980, 150.000 Km. de autorutas (20.000 en 1.950; 33.000 en 1.967) Habrá en ese momento 500 millones de automóviles circulando (273 millones en 1.970). Sobre el mar, el número de cruceros ha sido multiplicado por tres, de 1.955 a 1.965; la oferta de cabinas ha pasado de 174.000 cuhetas/día en 1.969, a 561.000 en 1.971. Un estudio reciente considera para el turismo de congresos, 34.000 reuniones internacionales en 1.985, con 17 millones de congresistas, considerando la tasa de crecimiento menos optimista.

### b) El temor de una reducción de la oferta

Frente a esta demanda, cómo se presentará la oferta?

El temor de un enrarecimiento de los recursos turísticos es reciente y responde en primer lugar al hecho de que ciertos elementos naturales son eliminados.

Se ha repetido por ejemplo que casi no quedan espacios skiabiles sin equipar en los Alpes Franceses. Se ha calculado el número de kilómetros lineales de litorales balnearios todavía disponibles. Estas estimaciones no han sido hechas a nivel mundial, sino solamente para aquellos países más interesados y que corresponden a las zonas desarrolladas donde las necesidades de vacaciones son intensas y prioritarias. Se entiende por supuesto que queda todavía, fuera de Europa, una inmensa materia virgen: costas del Pacífico, bosques de Siberia y del Canadá, Himalaya, Tibet, Andes. Pero importa corregir esta estimación por dos factores, uno negativo y el otro positivo:

- Factor inquietante: la rareza de los recursos turísticos puede ser agravada rápidamente por su destrucción. El uso del turismo es depredador en ciertas condiciones. Pero, sobre todo, el desarrollo de la civilización entraña las poluciones que destruyen ciertos recursos de base. Los ejemplos son suficientemente conocidos para que nosotros insistamos (polución de las aguas dulces, de litorales balnearios, de bosques y de la navegación, eliminación de la fauna salvaje, etc.).

Por eso sólo, este factor merece consideración pues sin esa destrucción por el progreso moderno, el Mundo conservaría sin duda mucho más tiempo su “estado natural”, que es uno de los atractivos del turismo.

- El factor tranquilizante se encuentra en la insaciable curiosidad de los hombres. Qué es, en efecto, un recurso turístico?. Todo nada, no importa qué cosa, siempre que se le puede otorgar una función de abandono, diversión o desarrollo. En campo de esos elementos no es otra cosa que el mundo entero con sus componentes físicos y humanos. La tipología esbozada muestra precisamente, cuanto, en un siglo, el campo de la curiosidad turística se ha extendido. Se ha mostrado las miles de formas de actividades de las cuales esos recursos pueden servir hoy de soporte. Los elementos más tradicionales (como la arqueología antigua) como también los más inesperados y los menos conocidos como ciertas ceremonias o sitios fúnebres (campo de concentración). Todo puede ser para el hombre materia de asombro, contemplación y, es deseable, de reflexión. De manera que si los recursos pueden hacerse raros por un lado, ellos se acrecientan por otro. La simple actividad del hombre (cf. Lythome y Anthropome) alcanza para mostrar cuanto la oferta ha estado multiplicada por este lado en comparación con ciertos recursos dados por la Naturaleza (cf. Hydrome y Phytome).

Una especulación teórica podría conducirnos a investigar si la ecuación oferta/demanda admite in límite superior. O si ese potencial es tan vasto que se puede aprovecharlo bastante sin jamás agotarlo?.

Será posible que un día cada hombre pueda realmente tener a su disposición, gracias al turismo, todos los elementos valiosos censados y puestos en valor en el mundo?

Esa Humanidad tendrá entonces la curiosidad de ver todo permitiéndoselo los medios materiales? Cada hombre tendrá el derecho de elegir en esa masa enorme lo que convendrá mejor a su personalidad? No podemos más que reservar estas cuestiones al espíritu, considerando lo lejano de sus respuestas.

## 2) Qué actitudes son posibles?

Frente a este problema, tres actitudes aparecen hoy posibles.

### a) La negativa y la ignorancia

No nos hagamos ilusiones, algunos factores Estados consideran hoy todavía al Turismo, con razón o sin ella, como una actividad despreciable o inútil.

Esos países poseen sin embargo bellos recursos entre aquellos que hemos catalogado. Su inventario, su protección, su puesta en valor no les interesa. Sus gobiernos estiman que el desarrollo económico debe pasar por las fases agrícolas e industriales, antes de considerar las actividades terciarias. Esas naciones que pertenecen frecuentemente al Tercer Mundo, no tienen ciudadanos suficientemente evolucionados para hacer presión para una puesta en valor útil de las riquezas turísticas nacionales. Si existe una clase acomodada, ella busca más bien frecuentar los lugares turísticos del extranjero, puestos de moda por la elite accidental. Esos países poseen, por formalidad, una Oficina o un Ministerios de Turismo, pero donde la actividad es casi nula. Y, en realidad, esos organismos no disponen de ningún presupuesto.

Los pocos visitantes que exploran esos países bajo formas de recorridos individuales o en grupos, aceptan un confort precario, con sus riesgos y peligros, deploran la degradación y la falta de conservación de esas riquezas. Allí es donde el Estado en cuestión confía puramente y simplemente la preservación a los organismos internacionales (Egipto). En esas condiciones, el turismo es una actividad sin interés

para el país y, frecuentemente, se hace todo para desalentar al visitante: visas, certificados diversos, control de policía, control aduanero, prohibiciones múltiples, xenofobia y hasta vejaciones.

En otros países el visitante extranjero es considerado como un espía. Se le vigila pues se teme que el dé, del país visitado, una imagen que no está de acuerdo con la ideología política de este último. Los pocos visitantes aceptados serán de grupos políticos en consonancia con el régimen en cuestión. Estas situaciones representan actitudes anti-hospitalarios como las que se podían encontrar en Europa antes de la Revolución o en la Edad Media.

Desgraciadamente, cada uno es amo en lo suyo y el derecho internacional es muy débil en este dominio. Ninguna ley puede obligar a un país a recibir extranjeros y, además a proveerlas de recursos para la distracción, el reposo o para cultivarse.

Esas mentalidades antiturísticas son más numerosas de los que pensamos, no solamente a nivel nacional sino a nivel regional o local. En muchos casos la negativa al turista tiene por justificación la preservación del equilibrio natural del medio social, los privilegios y hasta e bienestar relativo de una pequeña comunidad. Todo cambio de hábitos va a encontrar mentalidades tradicionales y el incentivo de un enriquecimiento económico no alcanza para transformarlas.

#### b) La puesta en valor

Esta actitud es muchas veces positiva y la más clásica. Ella se esclarece con una nueva luz a partir de esta metodología de inventario. En efecto, hasta el presente, la puesta en valor frecuentemente se hacía sin inventario previo, en razón de la abundancia presumible de recursos.

Esta puesta en valor es un problema muy actual para los países del Tercer Mundo. He aquí ante todo algunas observaciones.

EL INVENTARIO DE LOS RECURSOS es una de las primeras tareas que se propone a los responsables del turismo en los países jóvenes. Demasiadas encuestas de base son muy mal hechas en este tema. Si el inventario inicial está mal conducido, resultará con algunas y errores que repercutirán necesariamente sobre los otros sectores que dependen del desarrollo: localizaciones defectuosas, ausencia de cohesión en el reagrupamiento de los equipamientos por sectores, planificación incompleta al momento de la puesta en funcionamiento, etc...

Se ve fácilmente que el conjunto del trabajo se va a encontrar errado y deberá se hecho de nuevo. Ahora bien, pocos Estados pueden pagarse el lujo de rehacer un plan de desarrollo algunos años solamente después de un primer trabajo que habrá costado muy caro.

Los ejemplos son muy numerosos de un cuadriculado imperfecto de los recursos, y veremos dos razones:

- ❖ Los expertos designados no tienen siempre un conocimiento de todas las motivaciones que hoy pueden provocar la curiosidad de los hombres. Elementos algunas veces modernos (una universidad, un hospital) les parecerá desatendible. Ellos juzgan la zona a desarrollar esencialmente en función esencialmente en función de su pasado, de un folklore todavía valedero, pero hoy insuficiente. Algunas veces muy al corriente de las realizaciones modernas, porque viven en países desarrollados, no ven el carácter prestigioso de una realización monumental cuando ella se encuentra aislada dentro de un contexto exótico.

- ❖ Por otro lado, los autóctonos tienen frecuentemente una gran tendencia a desdeñar sus propios elementos antiguos. Ellos consideran esos modos de vida, costumbres, tradiciones, como una señal de subdesarrollo y quieren destruirlos lo más rápidamente posible. Ellos aceptarían su conservación en el estado de reliquia en un museo. No ven que esos elementos, cuando han conservado su razón de ser y su autenticidad, son de un atractivo muy superior a su preservación museográfica. Tocamos aquí, una de las numerosas contradicciones de base del Turismo.

La localización racional de los equipamientos a prever para valorizar los recursos no puede ser valedera más que en un inventario completo y global. Por una parte, porque sólo este inventario evaluado permitirá elegir lo que es prioritario de lo que no lo es. Una tabla de conjunto de valores completo permitirá la puesta en reserva cada vez más indispensable hoy.

## b) La conservación

Es importante señalar previamente un grave peligro que acecha a los promotores partidarios de una puesta en valor inmediata, que ella sea del tipo “liberal” o “planificado”.

- ❖ La oferta y la demanda son ávidas

Contrariamente a lo que ocurre en ciertos dominios económicos, la oferta y la demanda son aquí cómplices para la explotación al máximo de los recursos disponibles.

En efecto, por el lado de la demanda, las necesidades de vacaciones, de viajes, de salir de la rutina, progresa en todas partes a un ritmo rápido. Ellas se extenderán, antes de veinte años, a ciertas capas sociales de los mismos países del Tercer Mundo. El consumo del turismo no puede sino crecer.

Pero, por el lado de la oferta, los países que poseen yacimientos vírgenes tienen interés en ponerlos en el mercado pues ellos constituyen el elemento motor del desarrollo general (piensan ellos). Hasta tal punto importan que muchas regiones descuidan sus recursos agrícolas o mineros, considerando seriamente que los únicos bienes que ellos pueden vender en lo sucesivo con su sol, su clima, sus playas, su naturaleza, su folklore, etc.... En esas condiciones, la oferta va a proponer a la demanda procesos malsanos: sobreexplotación, degradación y destrucción sin control de los mejores sitios, neocolonización por los intereses extranjeros, alienación financiera y endeudamiento del país, etc...

- ❖ Renunciar a los proyectos a corto término

Así pues, la actitud de prudencia que consistiría en diferir una puesta en valor turística es poco frecuente, sino rarísima. Y por lo tanto, la preservación de ese patrimonio cultural para las generaciones futuras es uno de los primeros problemas que debe preocupar a los responsables mundiales. Se trata en resumen de renunciar a sacar beneficios inmediatos a corto plazo de ese capital, y de preservar la integridad para una explotación a largo plazo. Políticos heroica, no lo esconderemos, de la parte gubernamental cuyos recursos económicos no son ilimitados.

Como sea, tanto en el caso precedente de la puesta en valor, la preservación de un cierto sector es juzgado por todos indispensable. La utilidad de un buen inventario será el de permitir decidir claramente las medidas de conservación más urgentes. La planificación podrá pues operar por etapas, sin

riesgo de negligencia mayor y sin riesgo a atribuir a elementos menores un valor que ellos no tienen.

❖ El inventario permitirá la elección de la integración

“Uno se encontrará entonces muy frecuentemente en la obligación de elegir entre la protección, la salvaguarda y la explotación económica de sus recursos. La calidad de opciones estará directamente ligada a una evaluación correcta del valor económico del recurso, comparado con su valor cultural y turístico”.

Esos puntos están admitidos, el inventario de los recursos según el cuadro que hemos definido, permitirá a los responsables del desarrollo, precisar el tipo de actividad que podrá ser asociada e integrada al recurso.

El problema, desde este punto de vista, existe en los países jóvenes de manera bastante diferenciada al de los países en desarrollo.

Es útil precisar lo siguiente:

- En países desarrollados la actividad integrada es frecuentemente de tipo tradicional y el cambio de integración provoca algunas veces un escándalo (se fotografía un palacio principesco con veneración; se duda sobre la instalación ahí de un tea-room). No ocurre igual en los países nuevos donde existe una gran libertad respecto al pasado y a la historia, para encontrar la mejor funcionalidad de un recurso de base.
- Las actividades a integrar a los recursos en países jóvenes son muy flexible respecto a los condicionantes, a reglamentaciones inexistentes a poco severas. Se puede pescar o cazar con relativa libertad y sin transgredir la ley. Se puede practicar ciertos deportes sin limitaciones y sin violentar derechos de propiedad, etc.
- La protección es más fácil en el Tercer Mundo y mejor comprendido, por el hecho de la menor densidad de habitantes o de usuarios. Ella no aparece como un castigo, como un abuso de derecho para privar a la sociedad de un disfrute más y más reclamado (equipamiento de recreación y tiempo libre en las cercanías de grandes ciudades). Si se toman disposiciones esclarecidas por un análisis verdaderamente racional, la seguridad de los recursos puede ser garantizada para un porvenir bastante prolongado, sin temor de verla destruida por una sobreexplotación intensiva y sobre todo mercantilista.

### 3) Una política planetaria

En la práctica, aparece que una política global concerniente a los recursos del turismo, debe ser practicada a escala mundial. La adaptación de la oferta a la demanda no puede ser realizada convenientemente de una manera sólo bilateral, de países emisores a países receptores. Todo Edmundo tiene conciencia de las distorsiones que de ello resultan.

#### a) Poner en vigencia una super-autoridad turística

La orientación de los flujos turísticos por las incitaciones financieras o las advertencias de disuasión deben ser regularizadas por un organismo central. Las relaciones recíprocas sobre el plan político o económico entre países emisores y países receptores deben ser controlados y garantizados por una super-autoridad turística (como aquella que existe para el carbón y el acero en el Mercado Común).

La intervención internacional es aún necesaria en muchos otros dominios. La planificación progresiva de la puesta en valor de zonas turísticas hasta el descuido, debe

ser establecida por etapas de programas a ese nivel. El colorario más evidente es la apertura paralela de líneas de créditos para la creación de equipamiento receptivo en el interior de esos países.

La dimensión internacional del problema de los recursos turísticos no escapa a nadie y es bueno que, para empezar, los responsables pueden aplicar un método de inventario admitido por todos los Estados. Este análisis nos introducirá a una perspectiva global del turismo integrante, más allá de los primeros aspectos económicos los más evidentes y los mejores estudiantes por los analistas del siglo XX, su finalidad real. Cuál es ella, pues?.

#### b) La finalidad del turismo mundial

Es una concepción muy estrecha la de ver en el turismo una simple herramienta de redistribución de riqueza. Una manera de igualar los recursos de naciones ricas y de naciones pobres, un remedio al subdesarrollo que no da mala conciencia a nadie. Un medio de hacer aceptar, desde el principio, una desigual repartición de las rentas. En el límite, un trueque de valores económicos contra los valores culturales.

El rendimiento económico del Turismo, visto a través de las cuentas de una nación, no es más que una mirada grosera resultante del subdesarrollo y de la desigualdad entre los países del mundo. Esa contabilidad no tiene excusa en la escasez y en la miseria. Un mundo desarrollado armoniosamente debe ver en el Turismo exige que la libertad de viajar sea total en todas partes y para todos?. Los cambios deben poder hacerse en todos los sentidos, en igual volumen y en igual calida. Es así como se podrá reclamar la igualdad mundial del turismo.

#### c) Tres campos de intervención

Esto entraña tres dimensiones de intervención que interesan a la conciencia mundial y a los responsables que se considera deben encarnar el Turismo (O.M.T., O.N.U., U.N.E.S.C.O , etc.)

- Por una parte, ningún recurso, ningún patrimonio que suscita la curiosidad y el interés de hombre debe hoy estar secuestrado, estar prohibido, estar puesto en peligro. Esto se aplica tanto a los monumentos como a las civilizaciones, a las culturas como a los sitios. La conciencia mundial exige que estemos convencidos de la existencia y de la realidad de un patrimonio turístico internacional, bien común de la Humanidad y por lo tanto la apropiación, la necesidad del uso o la explotación, exceden los derechos de los individuos como los de las naciones.
- Por otra parte, la libre circulación internacional es la condición del turismo. Cada hombre, ciudadano del Universo, tiene el derecho de hacerse una idea personal de los pueblos y de los países. Los certificados, visas, barreras políticas, prohibiciones de todo tipo, disimulan frecuentemente la miseria y la explotación. La propaganda por la prensa y por las ondas no pueden dar más que imágenes falaces, voluntariamente o no. Para estas situaciones no hay más que un solo remedio: permitir la visita de otras naciones, participar de sus inquietudes y de sus trabajos.
- En fin, el Turismo Internacional no será pacífico y fructuoso sino con una condición: que el visitante no parte sin tener hecho previamente un ejercicio personal de educación, tener exorcizados los malos “demonios” de su corazón que le sugieren xenofobia, espíritu de superioridad o de dominación, desprecio.

Este es el precio con el que el Turismo Internacional, apoyándose en los recursos que él conoce y respeta, habrá cumplido verdaderamente su misión humanitaria.

\*\*\*