

LOS ESPACIOS TURISTICOS DE CATALUÑA

Francesc LOPEZ PALOMEQUE
Universitat de Lleida

Los contrastes del espacio geográfico catalán posibilitan una gran diversidad de recursos turísticos que en el umbral del siglo XXI son explotados de manera desigual según su naturaleza y localización, y de acuerdo con su valoración social. Con este substrato el proceso de desarrollo del turismo de masas ha configurado diversos espacios turísticos o zonas geoturísticas en el territorio catalán.

En esta ponencia se pretende hacer una presentación del turismo en Cataluña, desde una perspectiva geográfica y tomando como punto de partida, como hipótesis, el hecho de que la estructura espacial de las actividades turísticas dibujan sobre el territorio catalán diversos espacios turísticos, con perfiles propios y procesos evolutivos diferenciados, sin olvidar que, a otra escala, Cataluña aparece también como región turística. Y realizaremos esta panorámica general a partir, fundamentalmente, de las aportaciones y los datos de un trabajo reciente sobre el modelo geoturístico catalán (LÓPEZ PALOMEQUE, 1989 y 1991).

1. LOS FACTORES DEL DESARROLLO DEL TURISMO Y LOS RECURSOS TURISTICOS

Cataluña es hoy día una de las regiones turísticas más importantes de Europa si consideramos la magnitud de su oferta turística y el volumen del flujo de visitantes anuales. En 1992 la capacidad de alojamiento estimada (hotelera y extrahotelera) superaba los 2,2 millones de plazas y en el mismo año el número de visitantes extranjeros fue de 14,8 millones.

La configuración de Cataluña como región turística se enmarca en un proceso complejo que tiene su fundamento en el propio surgimiento del turismo de masas como fenómeno moderno. Este surge por la convergencia de diversos factores y como resultado de una serie de cambios que se han producido en los países más avanzados desde los años cincuenta.

En los procesos de creación y evolución de las regiones turísticas se identifican unos componentes de diversa naturaleza (geofísica, social,..) que adquieren el papel de factores de desarrollo, ya sea de manera singularizada o bien interrelacionada. Así, podemos hablar, de manera sintetizada, de la aparición de

una demanda de consumo de tiempo libre y de espacios turísticos, de la existencia de unos recursos potenciales y de la explotación de estos recursos por los agentes sociales y económicos y, en definitiva, de la participación de forma más o menos activa e interesada de diversos protagonistas (incluyendo también a las instancias políticas), que pueden adoptar ante las nuevas actividades una actitud de aceptación o de oposición (conflictos).

No corresponde en esta ocasión realizar una relación exhaustiva de estos factores, ya sean generales o específicos. No obstante, si conviene recordar las circunstancias específicas del territorio catalán y de su realidad social y económica, que actúan como marco o contexto del desarrollo del turismo. El turismo de masas en Cataluña aparece con la llegada del flujo turístico europeo. Esto supone con el paso del tiempo la introducción de las actividades turísticas así como la función turística en algunas zonas litorales, y la consiguiente articulación del espacio litoral catalán en el conjunto del espacio europeo. Por lo tanto, la configuración de Cataluña como región turística -y de la creación de espacios turísticos de Cataluña- ha de entenderse inserta en el proceso general de transformación social, económica y territorial, que ha conducido a la redefinición de funciones productivas a escala europea y también a escala estatal (intra-regional).

Si nos centramos en los componentes específicos de la realidad catalana, que entenderemos como recursos turísticos si son la base de algún tipo de actividad turística, hemos de referirnos al *Llibre Blanc del Turisme a Catalunya* (Miguelsanz, 1983), en el que aparece una información sistematizada de los recursos turísticos clasificados en cuatro grupos. Los recursos dominantes en Cataluña corresponden al grupo *hidrom*. Así pues, además del termalismo o la nieve, destaca la línea de mar o litoral con los baños de mar y el espacio de playa, los deportes y puertos náuticos, entre otros. En el litoral catalán, de 580 km, existen 400 playas con una longitud total de 270 km. El clima templado y el ambiente soleado (playas cálidas) forman la otra parte del binomio sol-playa en el que se fundamenta el turismo de masas. También se ha de tener en cuenta, a pesar de que su capacidad de atracción sea menor, los contrastes geográficos de Cataluña que dan paso a una variedad de paisajes, destacando particularmente los valles pirenaicos.

La proximidad y continuidad física en relación con los países europeos desarrollados han favorecido y favorecen hoy día la llegada del flujo turístico. Estas características derivadas de la posición geográfica determinan en términos comparativos una renta de situación y, en definitiva, una ventaja respecto a otros destinos turísticos más alejados. Hemos de destacar también que una de las consecuencias de la posición geográfica de Cataluña es que constituye un lugar

de paso para llegar a otras regiones turísticas mediterráneas, y esto ha supuesto una circunstancia más que ha ayudado al desarrollo del turismo catalán.

Respecto al marco social y económico de Cataluña, como contexto favorecedor y como continente de los elementos convertidos en recursos turísticos, caber citar en primer lugar el coste de la vida inferior al de los países de origen de los turistas y en relación con otros países competidores, lo cual ha actuado como factor de atracción. Este coste diferencial incide directamente en el precio de los viajes y también en los gastos complementarios durante la estancia. Es por esta razón por la que la política monetaria y la devaluación de la peseta constituyen un factor básico en la atracción del flujo turístico, que se ha evidenciado en el pasado, se está demostrando en el presente y será un factor clave en el futuro. Por otro lado, viajar a Cataluña suponía para un inglés o para un alemán el atractivo de ir a una tierra desconocida y que, a pesar de las diferencias históricas y culturales, se identificaba con los tópicos que durante muchos años han dado forma a la imagen estereotipada que pretendía recoger el tipismo español, que a grandes rasgos ha sido la única imagen de España (del conjunto de España) exportada al extranjero. A partir de la recuperación del gobierno autónomo se pudo comenzar a promocionar la imagen de Cataluña, la marca Cataluña.

En los años cincuenta y sesenta, principalmente, fue importante para el desarrollo del turismo en Cataluña el dinamismo económico de determinadas comarcas y la existencia de un tejido de pequeños y medianos empresarios, que arriesgaron sus beneficios en las inversiones turísticas. Con el paso del tiempo, una vez consolidado el flujo turístico y la función turística han ido apareciendo otras circunstancias que se añaden a las ya indicadas y que actúan como elementos que explican el dinamismo y la caracterización de la actividad turística, así como la morfología y la función de los espacios turísticos. Cabe citar:

- la aparición y consolidación de una demanda interna importante que inicialmente era complementaria de la demanda externa, pero que hoy es tan importante como el flujo receptivo.
- la dimensión de la infraestructura creada, principalmente la capacidad de alojamiento, representa un activo importante, que supone un factor de atracción, ya que los operadores turísticos canalizan el flujo hacia regiones que disponen de una oferta suficiente y en condiciones más rentables (cantidad, precios, calidad, experiencias,...). Esto, hoy supone una ventaja en comparación con otras regiones turísticas que disponen de una oferta más limitada.
- la mejora de las infraestructuras de transporte, particularmente de los accesos a las comarcas litorales, la construcción del aeropuerto de Girona, entre otros

realizaciones. Pero sobre todo, cabe destacar la construcción de la autopista del litoral (final de los años sesenta y principios de los setenta), que enlaza con la red de autopistas europeas.

- en términos globales, y para el último período, hemos de señalar que el nivel de organización y el comportamiento de las empresas y de los profesionales ha sido el adecuado para mantener la capacidad de atracción en competencia con otros destinos turísticos.
- la política turística de la Generalitat de Cataluña, que antes era responsabilidad de la administración central.
- el sector inmobiliario turístico (segundas residencias y apartamentos) que ha atraído muchas inversiones por ser más rentable que otros sectores productivos en períodos de expansión económica y, por otro lado, por ser un sector refugio, un sector más seguro en períodos de crisis. Nos referimos al mercado de la vivienda en general y turístico en particular, además del mercado del suelo.
- finalmente, cabe constatar el nuevo escenario general caracterizado por dos hechos básicos: en primer lugar, la proliferación de destinos turísticos en la cuenca mediterránea y sus alrededores, que ha supuesto pasar de una situación de mercado de demanda a una situación de mercado de oferta, con una mayor competencia entre las zonas de destino y, por lo tanto, a una situación en la que la comercialización turística está adquiriendo cada vez mayor importancia. Y, en segundo lugar, el inicio de una nueva etapa caracterizada por el denominado cambio turístico, que afecta a los destinos turísticos, en el sentido que ya se ha indicado, y a las nuevas exigencias de la demanda: fragmentación del tiempo de vacaciones, exigencias medioambientales, demanda de un turismo activo y contacto con la naturaleza e insatisfacción del modelo sol-playa, entre otros.

2. ANALISIS DE LA ESTRUCTURA ESPACIAL DE LOS FLUJOS Y DEL EQUIPAMIENTO TURISTICO

Las actividades turísticas siguen unas pautas y una dinámica de localización propia, diferente del resto de la actividad económica debido a que los recursos en los que se basa la actividad turística no se mueven, no se pueden transportar, sino que son los turistas los que se desplazan para consumir el producto. Por lo tanto, la existencia de recursos marcará la localización de la actividad, los lugares donde se crearan las infraestructuras y la presencia del flujo turístico. El turismo en Cataluña aparece muy concentrado en el territorio y también muy concentrado en el tiempo, como consecuencia del papel preponderante del litoral en el conjunto de los recursos y por el carácter estacional del fenómeno turístico.

La estimaciones que se han realizado sobre el origen de los usuarios de la oferta de alojamiento reflejan el papel que tiene la demanda interior, que con frecuencia es olvidada o infravalorada en el conjunto del flujo turístico. En los últimos años el 65 % de las pernoctaciones hoteleras (en 1992 el total fue de 18,4 millones, el 15 % del conjunto español) han sido realizadas por viajeros extranjeros, mientras que más de la mitad (55%) de las extra-hoteleras han sido realizadas por clientes españoles.

Si tenemos en cuenta la magnitud de la oferta de cámpings y de segundas residencias y apartamentos deducimos facilmente el papel relevante del turismo interior, que representa casi la mitad de la demanda global y, también, participa en una proporción similar en el valor del consumo turístico total. La presencia del turismo extranjero es mayoritaria en el litoral, pero es poco significativa en el interior y la zona pirenaica, donde la presencia de turistas españoles es predominante y casi exclusiva.

En 1992 los visitantes extranjeros entrados a Cataluña fueron 14,8 millones, cifra inferior a la de 1988 (15,4 millones, que supuso el récord histórico). Estas cantidades representan alrededor del 30 % del conjunto de visitantes entrados a España. El crecimiento del número de visitantes a partir de los años cincuenta ha sido espectacular, aunque en la evolución se observan períodos con compartamientos diferenciados. En 1960 los visitantes no llegaron a dos millones, en 1965 entraron a Cataluña 5,1 millones, en 1970 más de 8 millones y en 1973 se alcanzaron los 12 millones. Desde 1974 hasta los primeros años ochenta el número de visitantes ha oscilado entre 10 y 12 millones, con un cierto estancamiento en consonancia con el comportamiento de la demanda internacional. A partir de 1985 después de un decenio de crisis, se observa un período de expansión que duró hasta el año 1989, y que se concreta en un incremento del número de visitantes. Este comportamiento también se observa en el conjunto de España, sin duda como reflejo de la recuperación europea.

A pesar de que en 1992 se contabilizó la cifra de 14,8 millones de visitantes en realidad han de considerarse como turistas en sentido estricto alrededor de 10-11 millones, ya que se estima que el resto de visitantes se desplazan por motivos no turísticos. Las vías de entrada del flujo turístico aparecen muy jerarquizadas. Así, en los últimos años el 85 % de los visitantes entraron a Cataluña por carretera (más del 62 % por la autopista de la Junquera). A gran distancia aparecen, como segunda vía de entrada, los aeropuertos (alrededor del 8 %) y después el ferrocarril (6 %) y, finalmente, los puertos marítimos (1 %).

La carretera, que siempre ha tenido un papel importante, ha adquirido un mayor protagonismo desde la construcción de la autopista y la mejora de la red viaria. Además se refuerza con la ventaja de la proximidad de Cataluña a los

principales mercados turísticos. Esta circunstancia ha sido aprovechada por los operadores turísticos y por la administración que han llevado a cabo en los últimos años una promoción turística orientada a la potenciación del turismo por carretera y, en especial, del turismo en autocar (gran desarrollo del autocarismo como modalidad de desplazamiento), que se ha visto notablemente incrementado. De los extranjeros que entran por la Junquera (autopista y N-II) el 65 % llegan con turismos y similares y, como hecho destacado, cabe mencionar que alrededor del 30 % llegan en autocar.

La llegada a Cataluña de los visitantes extranjeros tiene lugar principalmente durante el verano, lo cual supone una fuerte estacionalidad, sobre todo si tenemos en cuenta que julio y agosto concentran casi el 40 % del flujo de visitantes. Esto corrobora la afirmación inicial referente a la concentración temporal. No obstante, en los últimos años se han potenciado las estancias en temporada baja y, a pesar de que los resultados no son muy satisfactorios se está observando una ligera tendencia a incrementarse la llegada de visitantes en los meses de junio y septiembre.

El origen del flujo turístico extranjero también presenta una marcada concentración geográfica. Más del 90 % de los visitantes que entran en Cataluña proceden de Europa, principalmente de Francia (oscila alrededor del 40 %), Alemania (20%), Reino Unido (8%), Países Bajos (8%) y en los últimos años destaca el fuerte crecimiento de los visitantes procedentes de Italia (7%). Los datos referentes a las pernoctaciones en hoteles y campings coinciden con la composición del origen que hemos indicado a excepción de la menor presencia de franceses en los alojamientos turísticos, ya que una buena parte de las entradas corresponden al movimiento fronterizo diario.

El 75 % de los visitantes que entran en Cataluña tiene como destino alguna localidad catalana, mientras que el resto no pernocta o va de paso hacia otros destinos turísticos. Las principales ciudades turísticas catalanas a las que se dirigen los visitantes extranjeros son, por orden de importancia: Lloret de Mar, Roses, Barcelona, Calella, Figueres, L'Escala, Salou, Platja d'Aro y L'Estatit, entre otras. Sin duda, el litoral es el destino casi exclusivo del turismo receptivo.

La infraestructura turística y, en particular la de alojamiento, comprende equipamientos de diversa naturaleza que satisfacen demandas y manifestaciones turísticas diferenciadas. En 1992 la capacidad de alojamiento de Cataluña se estimaba en 2,2 millones de plazas, de las que 230.000 eran plazas hoteleras y similares (168.300 en hoteles y 53.000 en casas de huéspedes, fondas y pensiones); 246.000 eran plazas de campings y el resto, es decir, 1.772.000 correspondían a plazas de residencias secundarias y apartamentos.

En 1964 Cataluña disponía de 94.721 plazas hoteleras, que pasaron a ser 129.795 en 1970 y 172.604 en 1975. A partir de este año y hasta 1984 la oferta hotelera no creció en términos globales, comportamiento que se relaciona con el estancamiento de la demanda y con la crisis específica de la hostelería (reestructuración del sector). En los últimos años ha tenido lugar una nueva fase expansiva, aunque se ha concretado en determinados segmentos de la oferta (hoteles de 4 y 5 estrellas, principalmente) y en determinados núcleos deficitarios, entre ellos Barcelona. No obstante, el proceso de reconversión continúa en los núcleos más saturados y que tienen una oferta obsoleta.

La oferta hotelera aparece muy concentrada en el litoral en correspondencia con la localización del recurso sol-playa. También una zona destacada, pero en un segundo nivel, es el Pirineo, gracias a las actividades turísticas de verano y de invierno (doble estacionalidad). Pero, además, encontramos hoteles por todo el territorio catalán dado que este tipo de alojamiento surge también por demandas no turísticas, y esto explica la oferta de las poblaciones del interior y en particular de las poblaciones mayores. Los datos a escala municipal y comarcal constatan la concentración territorial. En este sentido cabe recordar que los 68 municipios con fachada litoral que disponen de oferta hotelera concentran más del 80 % de las plazas y que en los cinco primeros municipios se localiza más de la mitad de la oferta catalana, lo cual es un dato claro que refleja el alto grado de concentración. Estos municipios son Barcelona (34.120 plazas en 1992), Lloret de Mar (31.363), Salou (19.221), Calella (15.020), Roses (7.273) y Tossa de Mar (7.597 plazas).

La evolución de la oferta de cámpings se ha caracterizado por un crecimiento continuo, a diferencia de lo que ha sucedido con la oferta hotelera. De las 70.000 plazas existentes en el año 1964 se pasa a 153.000 en 1980 y a las 294.831 del año 1992, destacando el fuerte incremento que se ha producido en los últimos diez años, según las estadísticas oficiales. La capacidad actual representa el 45 % de la oferta del conjunto español. No obstante, el ritmo de crecimiento de la oferta no ha sido tan grande como se desprende de las cifras indicadas, puesto que hemos de considerar que se ha producido un cambio de criterio en la contabilización de la capacidad, lo cual ha evidenciado a su vez que en el pasado se utilizaban datos infravalorados

El grado de concentración espacial de la oferta de cámpings es aún más marcado que el indicado para los hoteles. Esto se debe al carácter exclusivamente turístico de este tipo de oferta de alojamiento. Los cámpings se localizan fundamentalmente en los municipios litorales y de forma bastante homogénea a lo largo de todo el litoral. Este modelo de localización contrasta con el existente en los años sesenta, ya que entonces la mayor parte de los cámpings se

localizaban en el Maresme y en la Costa Brava. Finalmente, hemos de destacar el fuerte crecimiento del número de cámpings en las comarcas pirenaicas. Las principales localidades turísticas de Cataluña tienen una oferta de cámpings destacada. En 1992 L'Estartit disponía de más de 11.000 plazas, Platja d'Aro 10.100, Cambrils 8.658, Blanes 8.645 y Pals 7.440, entre otros. También otros municipios como Viladecans, Sant Pere Pescador o Montroig del Camp contaban con dotaciones de primer orden.

Además de la concentración espacial de la oferta hotelera y de cámpings cabe considerar la concentración temporal o estacionalidad, que es muy alta. Así, la oferta hotelera indicada anteriormente corresponde al mes de agosto, mientras que por ejemplo en el mes de enero sólo se ofrece el 44 % del total de la oferta y en el caso de los cámpings esta proporción se sitúa en el 30 % de los establecimientos abiertos durante el verano.

Otro tipo de infraestructura de alojamiento turístico son las residencias secundarias (concepto que estadísticamente incluye a los apartamentos), que en 1960 casi alcanzaban el número de 40.000, diez años después pasaron a ser 148.000 y más de 333.000 en 1981. El censo de 1991 da una cifra de 417.000 que multiplicadas por el módulo 4,25 plazas/residencia ofrecen una capacidad de 1.772.000 plazas. Las pautas de localización de las residencias secundarias son parecidas a las que se han descrito para el caso de los hoteles: existe un eje litoral que constituye un elemento básico y, además, una localización más débil en el interior y en Pirineo, zona de montaña que tiene una mayor densidad que las zonas del interior. Hemos de añadir, no obstante, como hecho distintivo y específico, la existencia con una intensidad parecida a la que encontramos en la costa de residencias secundarias en los alrededores y comarcas cercanas a Barcelona (región metropolitana), en clara relación con el ocio de proximidad y constatar, a su vez, que parte de estas residencias tienden a convertirse en viviendas de uso permanente.

Además de la oferta de alojamiento la infraestructura turística existente en 1992 comprende diversos equipamientos complementarios para la práctica de las actividades de ocio, que califican e incrementan la categoría de los diversos espacios turísticos, actuando como factores de atracción y sumándose, por ello, a los elementos geofísicos y geoculturales. Hay que referirse, en primer lugar, a las instalaciones para la práctica del golf, con 22 campos existentes y más de 10 en construcción o en proyecto y, en segundo lugar, a las instalaciones náuticas y los puertos deportivos, en total 44 con más de 20.000 amarres. Su fuerte expansión hace prever que lleguen a ser 60 puertos en el año dos mil.

El turismo de invierno cuenta en Cataluña con una gran tradición, pero no fue hasta los años sesenta y primeros setenta cuando se construyeron la mayor

parte de las instalaciones para la práctica del esquí que existen hoy. En total son 12 estaciones de esquí alpino, con un total de 129 remotes mecánicos y una capacidad de transporte de 80.000 personas/día, y 11 estaciones de esquí nórdico. El desarrollo de este tipo de turismo ha permitido dinamizar la economía de las comarcas afectadas.

Además de los equipamientos señalados cabe mencionar otros de diversa naturaleza. En concreto, cabe recordar que Cataluña dispone de 13 balnearios, tres casinos y ocho parques acuáticos, entre otros. Para finalizar, es obligado referirnos a al gran parque de atracciones Tibigarden que se está construyendo en la costa de Tarragona, y que surge como alternativa a la decisión de Disneylandia-Europa de ubicarse en París, abandonando la opción de instalarse en Cataluña.

3. EL SIGNIFICADO TERRITORIAL Y ECONOMICO DEL TURISMO Y LOS ESPACIOS TURISTICOS DE CATALUÑA

El conocimiento de la implantación espacial de la infraestructura turística, e indirectamente de la afluencia turística, nos ha permitido constatar su desigual distribución en el territorio, y particularmente la concentración en determinadas comarcas. Es en estas zonas donde más claramente se hará patente el papel del turismo como fenómeno caracterizador de los espacios productivos y como factor estructurador, a distintas escalas, del territorio catalán. Nos referimos al papel urbanizador del turismo, a la especialización productiva del territorio a raíz de la atribución de funciones y usos turísticos y, como consecuencia de los dos procesos anteriores, al impacto en las estructuras territoriales a escala regional.

El impacto urbanístico del turismo se ha de entender en sentido amplio y, por lo tanto, abarca tanto el espacio construido como el espacio intersticial que forma parte del espacio de consumo turístico. Este espacio construido tiene una dimensión vertical, en altura, y una dimensión horizontal. La consideración del número de establecimientos y de residencias secundarias que hemos hecho en el apartado anterior ha supuesto una primera aproximación de a su magnitud. Hay que considerar, no obstante, otros indicadores más precisos sobre la dimensión superficial y la distribución geográfica.

El desarrollo urbanístico del turismo se ha producido de una manera desigual y con efectos heterogéneos según la localización: zona litoral, interior o montaña. Estas desigualdades y esta heterogeneidad se producen, además, tanto en términos cuantitativos como cualitativos, lo cual nos conduce a unas conclusiones específicas para cada caso y a unas conclusiones generales, tal

como se explica en el *Llibre Blanc del Turisme a Catalunya*, cuando se analiza el urbanismo turístico. De las conclusiones generales recogemos las que aparecen más vinculadas al planteamiento de esta ponencia: 1. La introducción de una diversidad de modelos de edificación, poco aptos para la cuadrícula de soporte, y de ocupación del espacio. El crecimiento fuerte en altura en las áreas de primera línea y en la mayor parte de los municipios es un hecho destacado; 2. La fuerte concentración de infraestructuras, producida a raíz de la alta densificación, y que con excesiva frecuencia degrada las condiciones urbanas. Esto comporta una falta de espacio que supone una dificultad para poder dar respuesta a las nuevas necesidades en materia de infraestructuras, equipamientos y servicios complementarios; 3. El deterioro general del medio ambiente debido al uso no racional de los recursos naturales y la ausencia de una planificación urbanística previa que sirviése para encarrilar y potenciar el desarrollo de turismo.

En relación con la distribución geográfica de las urbanizaciones de residencias secundarias, cabe constatar que según el estudio de ARGEMÍ, NADAL, RIBES y PONSÀ (1982), la superficie destinada a este tipo de usos era de 588 km² (1,8 % del territorio catalán), correspondiente a 352 municipios. Entre las características más destacadas cabe citar: a) el 40 % de la superficie indicada no estaba construída; b) la oferta de parcelas en urbanizaciones de residencias secundarias es muy superior a la demanda potencial (bajo nivel de construcción y ocupación); c) el bajo nivel de construcción viene motivado por el exceso de oferta, pero también hay que tener en cuenta la adquisición de terrenos con finalidad especulativa; d) la existencia de un considerable número de urbanizaciones ilegales.

Respecto a la localización de las urbanizaciones el estudio mencionado revela que ésta se concreta, fundamentalmente, en las comarcas costeras, con la excepción de la zona comprendida entre las comarcas del Vallés Occidental, el Baix Llobregat (interiores) y Anoia. Esta localización viene reforzada por los datos de los censos de viviendas de 1970, 1981 y 1991, y también por el estudio de LLEONART (1982). Los resultados de este último trabajo no se alejan de los anteriores. En total en el mismo se detectan 302 municipios que en conjunto suman 1.752 urbanizaciones de residencias secundarias con más de 49.500 hectáreas y unas 208.000 viviendas construídas, con una media de 4,2 residencias por hectárea. La baja ocupación evidencia el carácter especulativo de un buen número de urbanizaciones de residencias secundarias en Cataluña.

El uso turístico es uno de los componentes fundamentales de los cambios funcionales del espacio catalán, tal como se ha puesto de manifiesto al analizar la tasas de función turística (LÓPEZ PALOMEQUE, 1982,b), y en otros

estudios sobre la especialización productiva del espacio, es decir de identificación de los espacios especializados por su función productiva turística, tal y como ha constatado ESTIVILL (1987). Este trabajo sobre las zonas homogéneas de la realidad territorial de Cataluña comprende un análisis socio-estructural del territorio a partir de la territorialización de variables (población, consumos, residencias secundarias, plazas hoteleras, teléfonos, etc.. hasta un total de 25) aplicadas a 113 zonas resultantes de la agrupación de municipios y con la finalidad de determinar las zonas homogéneas.

El resultado permite establecer cuatro clases de áreas territoriales -zonas homogéneas-. Una clase corresponde a las áreas turísticas que comprende 17 zonas. Estas se caracterizan por las variables del número de residencias secundarias y población flotante y por el alto índice de indicadores de consumo. Tienen los niveles de renta más altos de toda la población. Corresponden a las zonas litorales menos pobladas, a excepción de la comarcas del Ebro y de una franja situada entre el Baix y el Alt Empordà; y al Valle de Aran y la Cerdanya. En concreto, además de estas comarcas de montaña, las otras zonas son: una zona que abarca parte del Baix Camp, más el municipio de Salou; una zona que abarca diez municipios del Tarragonés, más toda la comarca del Baix Penedés y un municipio del Garraf; el municipio de Sitges constituye otra zona; dos municipios del Maresme, Vilassar de Mar y Cabrera; los municipios de Calella y de Pineda, también en el Maresme; una zona extensa que abarca tres municipios de la Selva (entre ellos Lloret de Mar y Tossa), uno del Gironés y 11 del Baix Empordà, que comprende los municipios litorales y de segunda línea de la llamada Costa Brava-centro; y, por último, una zona extensa que abarca 20 municipios del Alt Empordà, litorales o limítrofes con estos.

Un segundo estudio es el realizado por CABRÉ y PUJADAS (1987), sobre la actividad económica y potencial demográfico de las ciudades catalanas, y en el que se presenta una tipología de los municipios grandes de Cataluña a partir de indicadores de actividad económica y de la estructura demográfica. El resultado es el establecimiento de 9 categorías de municipios, siendo una de ellas la que comprende los centros administrativos, comerciales y turísticos, que comprenden 20 unidades, entre ellas las ciudades turísticas de Roses, Palamós, Lloret de Mar, Vendrell y Vilassar de Mar (recordemos que el estudio analiza sólo los municipios grandes, los de más de 5.000 habitantes y las cabeceras comarcales), que han tenido una expansión demográfica en los últimos años. Además otra categoría contemplada en el estudio es la de suburbios turísticos, que comprende tres ciudades: Castelldefels, Salou-Vilaseca y Cambrils de Mar, que unen a su carácter marcadamente turístico la proximidad a los centros urbanos más importantes (Barcelona, Tarragona-Reus). Han tenido un crecimiento urbanístico explosivo, basado sobre todo en las residencias secundarias, pero también en un

crecimiento de la población estable que tiende a la creación de un nuevo tipo de ciudades dormitorio.

El fenómeno turístico y la residencia secundaria son factores que explican las diferencias del crecimiento urbano, económico y demográfico en Cataluña, tal como se ha puesto de manifiesto en diversos estudios sobre rentas comarcales, sobre comportamiento demográfico y sobre urbanización. Se estima (CLUSA, 1987) que el fenómeno turístico generó el 30 % del crecimiento urbano durante el decenio 1970-1980, en el que encontramos los años de crisis económica. En los años ochenta Cataluña volvió a vivir un *boom* urbanizador de su litoral, especialmente desde 1984 (OLIVERAS, 1989), incremento de la urbanización que aparece vinculado con las residencias secundarias y que coincide con los años de reactivación económica.

El análisis intra-regional, realizado a través de la consideración de la estructura espacial del equipamiento turístico y de sus repercusiones territoriales, ha puesto de manifiesto la existencia de unos espacios turísticos diferenciados, que por otra parte tienen personalidad propia acentuada por la aceptación y difusión de su denominación geoturística. Los datos aportados en los apartados anteriores ratifican esta afirmación y, por otra parte, en lo referente a su delimitación y denominación cabe recordar la zonificación turística utilizada por la Generalitat de Cataluña y que recoge, en definitiva, los espacios turísticos a escala de zonas geoturísticas: Prepirineo y Pirineo, Costa Brava (con tres sectores), Costa del Maresme, Barcelona-Garraf, Costa Daurada y zona Interior.

Desde una perspectiva temporal podemos añadir que los diversos espacios y centros turísticos han tenido una evolución diferenciada según sus atributos naturales, su posición y su incorporación al proceso de desarrollo turístico (núcleos pioneros, zonas centrales, zonas externas, zonas de interior,...). En definitiva, en las últimas décadas el proceso se ha caracterizado por la consolidación de las zonas pioneras, que podemos denominar centrales (hoy en reconversión y reorientación de los tipos de alojamiento), y de la expansión espacial hacia el sur y zonas externas, particularmente en la Costa Daurada, y también hacia el Pirineo, pero con menor magnitud cuantitativa. Este último caso fundamenta su consolidación en la valoración social de unos recursos naturales y culturales (paisaje, turismo verde, esquí,...), diferentes a la valoración del binomio playa-sol, en la que se fundamenta la supremacía del litoral.

El análisis del comportamiento espacio-temporal de los componentes básicos que conforman las actividades turísticas, y el fenómeno de la residencia secundaria, con la configuración de espacios turísticos diferenciados, nos conduce a afirmar que Cataluña, región turística aparece sólo como una unidad operativa de análisis (estudiar el turismo de Cataluña) y, por otro lado, también como

ámbito territorial de actuación de la administración pública catalana (región administrativa-turística). Hemos de decir, no obstante, que como resultado de la existencia de una política turística propia del país y el efecto mimético que comporta, se avanza también hacia la configuración de una región turística de gestión. En este proceso cabe situar, por ejemplo, el objetivo expresado desde la administración de conseguir el reequilibrio territorial de la actividad turística en Cataluña, con el fin de racionalizar y optimizar la oferta y los recursos.

A MODO DE RESUMEN Y CONCLUSIONES

Los contenidos de los apartados anteriores, como expresión simplificada de la compleja realidad, constituyen de hecho un esquema-modelo de la dimensión geográfica del turismo en Cataluña. No obstante, conviene recoger y recordar aquellos hechos que hemos descrito en las páginas anteriores e interpretarlos conjuntamente para llegar a explicaciones del fenómeno turístico en Cataluña, añadiendo además otras ideas que han sido desarrolladas en un trabajo más amplio realizado sobre el tema (LÓPEZ PALOMEQUE, 1989 y 1991).

La actividad turística está estrechamente vinculada con el espacio geográfico, pues la valoración social de sus elementos lo convierten en factor de atracción y en escenario de la práctica turística. Estos elementos geofísicos son, en definitiva, los únicos recursos naturales que han dado un rendimiento económico importante a Cataluña. La explotación de estos recursos ha provocado a menudo su degradación y contaminación, tal como ocurre con el impacto en las zonas boscosas, la destrucción de los humedales o bien la contaminación de las aguas marinas a lo largo del litoral. La situación había llegado a los límites críticos que incluso ponían en peligro la actividad turística. Por este hecho, y por el impacto irreversible en el medio ambiente, en los últimos años se ha procedido a diversas actuaciones orientadas a canalizar y reosolver estos problemas. El conflicto entre turismo y otras actividades también es importante. Tenemos ejemplos claros de competencia por la tierra en las llanuras litorales más dinámicas (Empordà, Maresme,..). Pero, el problema estructural -sin obviar otros- se centra en la competencia por los *inputs* (agua, fuerza de trabajo, inversiones,...).

En Cataluña los recursos ligados con los elementos culturales son cada vez más importantes, como resultado de dos circunstancias. En primer lugar, por el hecho de que han surgido otros destinos competidores fundamentados en el recurso playa-sol; y, por lo tanto, como estrategia ante esta nueva situación se hace necesario enriquecer y completar la oferta con otros atractivos. Y, en segundo lugar, por el hecho de que en la última década se ha desarrollado el turismo de proximidad (ocio de proximidad, flujo de fin de semana,...) vinculado

con la demanda interior. Este fenómeno ha supuesto la potenciación como recurso de diversos elementos culturales y también naturales del interior. En definitiva, buena parte de Cataluña se ha convertido en un espacio de ocio y turismo para la población que vive en Barcelona y su área metropolitana.

Además de la diversidad de los recursos turísticos hemos constatado la existencia de un flujo turístico diversificado, en el que la demanda interior alcanza un papel importante, a diferencia de determinadas regiones mediterráneas menos desarrolladas y sin la proximidad de una región urbana como la de Barcelona. Paralelamente a la evolución del flujo turístico (exterior e interior) se ha ido construyendo la infraestructura turística, tanto de alojamiento como la complementaria, a un ritmo y con unas pautas de difusión que *grosso modo* se pueden identificar con las fases y los comportamientos de los componentes del fenómeno turístico, que algunos autores entienden como modelos geotúristicos (BUTLER, MIOSSEC,..) referidos a la evolución de las áreas turísticas.

En la periodización del desarrollo del turismo de masas en nos hemos referido a una fase de inicio del crecimiento, que comprende los años de despegue turístico y que corresponde a los años cincuenta; a una fase de expansión y de fuerte crecimiento del flujo y del equipamiento, que va de 1960 a 1973; a una etapa de estancamiento y crisis que comprende prácticamente el decenio 1974-1984, y a una fase de reactivación que llega hasta el inicio de la década de los noventa, aunque en los tres últimos años se ha producido una recesión de los flujos que son reflejo de unos comportamientos inciertos y de interrogantes referidos al movimiento turístico a corto plazo.

La etapa de saturación y crisis comportó la necesidad de llevar a cabo nuevas estrategias, dando paso a procesos de sustitución y modernización de los tipos de alojamiento en crisis y en las zonas tradicionales. Por otra parte, en la fase de recuperación aparecen otras estrategias, como la creación de infraestructuras complementarias con la finalidad de calificar la oferta y el espacio turístico en su conjunto (piscinas en los hoteles, parques acuáticos, campos de golf o puertos deportivos, por señalar las realizaciones más destacadas).

Las actividades turísticas y la residencia secundaria se han desarrollado sobre un espacio litoral, principalmente, donde encontramos un poblamiento denso y jerarquizado, en términos comparativos con otras regiones turísticas; una diversidad de funciones económicas, en general competitivas, y unas estructuras sociales y económicas modernas o en vías de adaptación a las nuevas exigencias productivas. En definitiva, se trata de un espacio litoral de fuerte atractivo económico, de confluencia de actividades y de conflictos y competencia por los recursos. En este sentido, en Cataluña y particularmente el eje litoral y prelitoral encontramos una estructura productiva diversificada, lo que hace difícil distinguir

a pequeña escala espacios especializados. Además, no hemos de olvidar el carácter estacional del turismo, que le resta presencia física en el territorio, que da lugar a la denominada desertización turística.

El turismo ha generado, como factor de urbanización, un continuo urbano a lo largo del litoral catalán, solamente roto por la existencia de costa abrupta, aunque presenta densidades de ocupación diferentes en función de la antigüedad del poblamiento, la intensidad de otras actividades productivas y las características del medio natural. La difusión del espacio construido a una segunda línea de costa entre 10-15 km, por saturación de la primera línea de costa, se está generalizando. No obstante, en Cataluña este fenómeno no aparece tan acentuado como en otras regiones litorales, debido a que la ocupación es más antigua y a que el fenómeno de la residencia secundaria -vinculado al ocio de proximidad- ha integrado el tejido de asentamientos turísticos al conjunto de los espacios prelitorales e interiores.

Otro efecto del turismo ha sido la urbanización del espacio rural a partir de la difusión hacia el interior y hacia la montaña de los asentamientos turísticos, tanto en construcción compacta como en urbanización horizontal, lo cual ha comportado también la dinamización social y económica de estos lugares. También ha comportado el mantenimiento, la recuperación y la rehabilitación de una parte del patrimonio edificado que se había abandonado como resultado del despoblamiento. Este hecho es claramente observable cuando se analiza la evolución, la composición y el uso del censo de viviendas de muchos pueblos del interior y de montaña.

La caracterización de los componentes estudiados nos lleva a afirmar que el desarrollo del turismo en Cataluña se encuentra en una fase avanzada, en cualquier caso lejos de los primeros momentos de expansión, y que a escala del conjunto de Cataluña o bien considerando las diversas zonas geoturísticas, identificamos los problemas propios de espacios turísticos evolucionados. Esto es observable en diversos aspectos: composición y grado de dinamismo de las infraestructuras, aparición de los elementos cualitativos y que no son de alojamientos, nivel de adaptación y de conflicto, papel del sector público y privado, estrategias de los operadores turísticos o bien la aparición de crisis periódicas o cíclicas.

En cualquier caso, creemos que los problemas de las actividades turísticas no radican en el crecimiento y difusión de la oferta o en su difusión espacial, a pesar de que aún hay margen para el crecimiento de la capacidad de alojamiento, de algunos segmentos particularmente, y son previsibles nuevas implantaciones en lugares a añadir los actuales espacios turísticos. La atención se centra en el diseño de estrategias para conseguir la eficacia (eficiencia económica y

optimización de los recursos) de este modelo geoturístico. Esta situación viene marcada por el estado evolutivo en que se encuentra, por la posición geográfica de Cataluña (segunda periferia respecto a los países emisores europeos, a una distancia de las zonas de mayor frecuentación e intensificación turística) y por el surgimiento en los últimos años de destinos competitivos que han determinado el paso de una situación de mercado de demanda a una situación de mercado de oferta. Por último, cabe señalar que las estrategias han de contemplar también el nuevo escenario que comienza a dibujarse con el *cambio turístico*, que surge tanto de la competencia de los nuevos destinos como de las nuevas exigencias de la demanda y los síntomas de insatisfacción del modelo turístico tradicional.

Tabla 1

Datos básicos del equipamiento turístico por zonas geoturísticas, 1992

	Plazas hoteler.	Plazas camping	Plazas res.sec.*	Balnearios nº	Campos plazas golf	Puertos deport.	
Pirineo-							
Prepirineo	17.210	18.432	56.868	2	421	2	-
Costa Brava	77.549	102.003	533.144	-	-	4	17
Costa Maresme	35.693	21.128	185.794	-	-	2	5
Barcelona-Garraf	44.413	30.237	198.780	-	-	4	6
Costa Daurada	34.344	66.837	520.132	-	-	4	16
Interior	20.359	8.233	169.846	10	1.111	6	-
CATALUÑA	229.568	246.870	1.664.564	12	1.532	22	44

* las residencias secundarias corresponden a los primeros resultados del censo de 1991, que posteriormente han sido rectificadas.

Fuente: GENERALITAT DE CATALUNYA: *La temporada turística a Catalunya, 1992*, y elaboración propia.

BIBLIOGRAFIA

- ANTON, S. (1991): Turisme i dinàmica immobiliària a la Costa Daurada (1985-1989), en *Primer Congrés Català de Geografia, III Comunicacions*. Barcelona, Societat Catalana de Geografia., pp. 41-49.
- BARBAZA, Y. (1988): *El paisatge humà a la Costa Brava*, Barcelona, Edicions 62. (Primera edició en francès 1966).

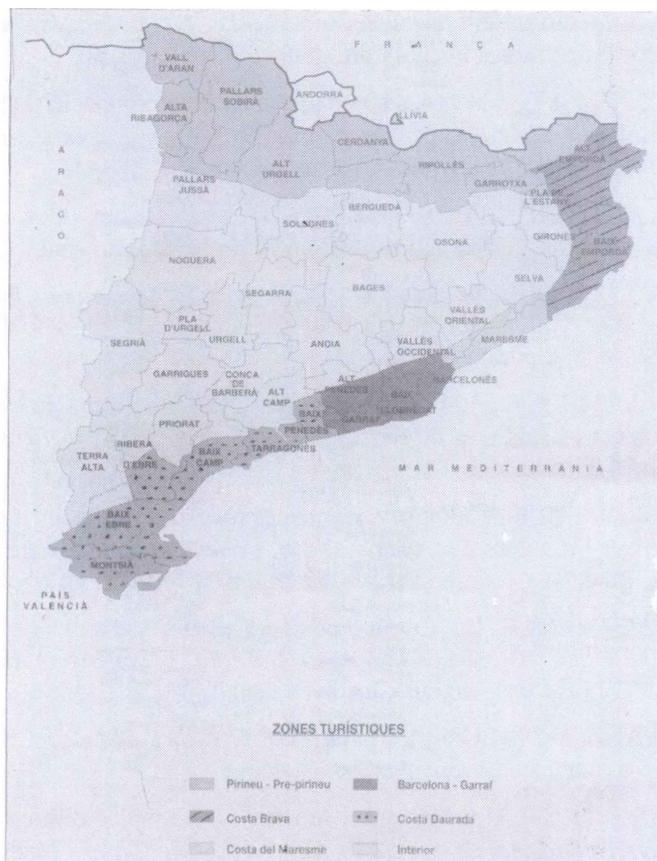
- CABRE, A. y PUJADAS, I. (1987): Activitat econòmica i potencial demogràfic a les ciutats catalanes, en *Les ciutats petites i mitjanes a Catalunya. Evolució recent i problemàtica actual*, Barcelona, Institut Cartogràfic de Catalunya, pp. 89-116.
- CALS, J. (1982): *La Costa Brava y el turisme*, Barcelona, ed.Kapel.
- CALS, J. (1991): *Els canvis turístics. Incidència en els municipis costaners de Barcelona*, Barcelona, Diputació de Barcelona.
- CLUSA, J. (1987): El creixement econòmic i el creixement demogràfic com a factors estructurals del creixement urbà, en *Les ciutats petites i mitjanes a Catalunya*, Barcelona, Institut Cartogràfic de Catalunya, pp. 21-53.
- ESTIVILL, X. (1987): Les zones homogènies en la interpretació de la realitat territorial de Catalunya, en *Les ciutats petites i mitjanes a Catalunya*, Barcelona, Institut Cartogràfic de Catalunya, pp. 191-201.
- GENERALITAT DE CATALUNYA (1992): *La temporada turística a Catalunya (anual)*, Barcelona, Departament de Comerç, Consum i Turisme.
- LOPEZ PALOMEQUE, F. (1982,a): *La producción de espacios de ocio en Cataluña: La Vall d'Aran*, Tesis Doctoral, Facultad de Geografía e Historia, Universidad de Barcelona (2vols.).
- LOPEZ PALOMEQUE, F. (1982,b): L'oferta hotelera, L'oferta de càmpings i apartaments i Les Taxes de funció turística, en *Atlas Socio-Econòmic de Catalunya*. Barcelona.
- LOPEZ PALOMEQUE, F. (1989): *La dinámica temporal y espacial de la oferta turística en Cataluña. Aportación al conocimiento del modelo geoturístico catalán*. Barcelona. Mecanografiado. Trabajo de Investigación, 2 vols.
- LOPEZ PALOMEQUE, F. (1991): Turisme i territori: el model geoturístic català, en *Primer Congrés Català de Geografia. II Ponències*. Barcelona. Societat Catalana de Geografia, Institut d'Estudis catalans. pp. 211-229.
- MIGUELSANZ ARNALOT, A. (Dir.) (1983): *Llibre Blanc del Turisme a Catalunya*. Barcelona. Generalitat de Catalunya.
- OLIVERAS, J. (1989): Urbanización y turismo en la zona costera catalana, en *XI Congreso nacional de Geografía. Comunicaciones*, vol. 3. Madrid, AGE, Univ. Complutense, pp. 346-355.
- PRIESTLEY, G. (1984): Sitges, playa de oro: la evolución de la industria turística hasta 1976, en *Documents d'Anàlisi Geogràfica*, nº 5, pp.47-73.

SANCHEZ, J. E. (1984): La coherencia entre cambio social y transformaciones espaciales. El ejemplo de Cataluña, en *Geocrítica*, nº 51.

VERA, J.F. (1990): Turismo y territorio en el litoral mediterráneo español, en *Estudios Territoriales*, nº 32, pp. 81-110.

Mapa 1

Comarcas y zonas geoturísticas de Cataluña (criterios Generalitat de Catalunya)



Fuente: GENERALITAT DE CATALUNYA: *La temporada turística a Catalunya, 1992*. Dept. de Comerç, Consum i Turisme.