UNIVERSITAT ROVIRA I VIRGILI
DIFERENCIACIÓ I REESTRUCTURACIÓ DE L'ESPAI TURÍSTIC. PROCESSOS I TENDÈNCIES AL LITORAL DE TARRAGONA
Salvador Antón Clavé
ISBN:978-84-691-1887-0/DL: T-347-2008

Diferenciació i reestructuració de l'espai turístic. Processos i tendències al litoral de Tarragona

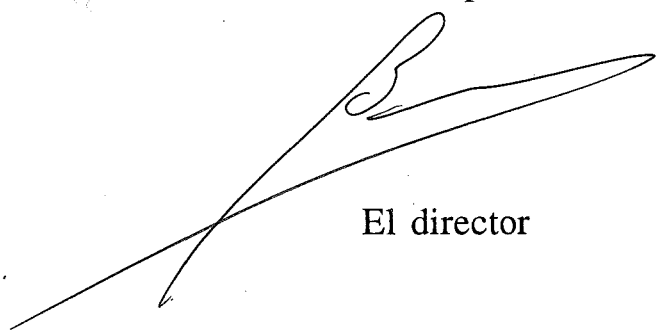
UNIVERSITAT ROVIRA I VIRGILI
DIFERENCIACIÓ I REESTRUCTURACIÓ DE L'ESPAI TURÍSTIC. PROCESSOS I TENDÈNCIES AL LITORAL DE TARRAGONA
Salvador Antón Clavé
ISBN:978-84-691-1887-0/DL: T-347-2008

SALVADOR ANTON CLAVÉ

Diferenciació i reestructuració de l'espai turístic. Processos i tendències al litoral de Tarragona

Tesi doctoral dirigida per
JOSEP OLIVERAS SAMITIER

Vist-i-plau



El director

UNIVERSITAT ROVIRA I VIRGILI
Tarragona, 1995

UNIVERSITAT ROVIRA I VIRGILI
BIBLIOTECA
1700131728

UNIVERSITAT ROVIRA I VIRGILI
DIFERENCIACIÓ I REESTRUCTURACIÓ DE L'ESPAI TURÍSTIC. PROCESSOS I TENDÈNCIES AL LITORAL DE TARRAGONA
Salvador Antón Clavé
ISBN:978-84-691-1887-0/DL: T-347-2008

Index

Introducció 1

Agraïments 5

PART I. MARC TEORIC. EL PROTAGONISME DE L'ESPAI EN LA DINAMICA DE CONSUM TURISTIC 7

CAPITOL 1. L'espai del turisme 11

1. L'aparició del turista 13
   1.1. La regulació del temps 14
   1.2. La construcció del lleure 19

2. La creació de l'espai turístic 23
   2.1. La conquesta del viatge 25
   2.2. La urbanització del lleure 29

3. L'aportació del turisme al desenvolupament 34
   3.1. La feblesa de la teoria 37
      3.1.1. Les teories estadials 38
      3.1.2. Els models de la desigualtat 41
      3.1.3. Les propostes territorials 45
   3.2. Les limitacions de les mesures 52

UNIVERSITAT ROVIRA I VIRGILI
DIFERENCIACIÓ I REESTRUCTURACIÓ DE L'ESPAI TURÍSTIC. PROCESSOS I TENDÈNCIES AL LITORAL DE TARRAGONA
Salvador Antón Clavé
ISBN:978-84-691-1887-0/DL: T-347-2008

CAPITOL 2. La inserció espacial del turisme 59

1. La transformació física dels espais de destinació turística 62
   1.1. La urbanització de l'espai de destinació turística 63
      1.1.1. L'evolució de la ciutat turística 65
      1.1.2. L'expansió residencial para-turística 69
   1.2. La reestructuració de l'espai de destinació turística 74

2. L'organització econòmica dels espais de destinació turística 86
   2.1. El significat econòmic del turisme en els espais de destinació turística 87
   2.2. El sistema productiu dels espais de destinació turística 93
      2.2.1. La fragmentació productiva 94
      2.2.2. La singularitat laboral 98

PART II. HIPOTESIS I METODOLOGIA 105

CAPITOL 3. Objectius i hipòtesis 111

1. Objectius 112

2. Hipòtesis 114
   2.1. Hipòtesi general 115
   2.2. Hipòtesis parcials 116

CAPITOL 4. Metodologia 119

1. Ambit territorial de la recerca 120

2. Arquitectura de l'estudi 127

UNIVERSITAT ROVIRA I VIRGILI
DIFERENCIACIÓ I REESTRUCTURACIÓ DE L'ESPAI TURÍSTIC. PROCESSOS I TENDÈNCIES AL LITORAL DE TARRAGONA
Salvador Antón Clavé
ISBN:978-84-691-1887-0/DL: T-347-2008

PART III. URBANITZACIO I ESPECIALITZACIO. ANALISI DEL LITORAL DE TARRAGONA 133

CAPITOL 5. La diferenciació territorial 137

1. La localització dels usos turístics 139
   1.1. Els recursos ambientals 144
   1.2. Les modalitats turístiques 159

2. La dinàmica d'ocupació del sòl 175
   2.1. Els canvis a escala regional 177
      2.1.1. La inicial transformació urbana 179
      2.1.2. El paper del planejament urbanístic 183
         A) El planejament general 184
         B) El planejament parcial 191
      2.1.3. La recent reordenació turística 199
         A) La requalificació de l'entorn 204
         B) La millora del potencial recreatiu 216
         C) El proveïment de recursos hídrics 222
   2.2. La transformació de l'espai local 226

Annex al Capítol 5. Tipologia d'unitats de població amb usos turístics als municipis litorals de Tarragona. 1994 247

CAPITOL 6. L'especialització productiva 251

1. La transformació de l'estructura econòmica 253
   1.1. La terciarització de l'economia regional 255
   1.2. La diferenciació productiva de l'espai local 267
      1.2.1. Les activitats dominants 271
      1.2.2. Tipologia de municipis 278
         A) Classificació segons l'estructura productiva 281
         B) Classificació segons l'especialització relativa 286
         C) Diferenciació tipològica 289

UNIVERSITAT ROVIRA I VIRGILI
DIFERENCIACIÓ I REESTRUCTURACIÓ DE L'ESPAI TURÍSTIC. PROCESSOS I TENDÈNCIES AL LITORAL DE TARRAGONA
Salvador Antón Clavé
ISBN:978-84-691-1887-0/DL: T-347-2008

2. L'expansió de l'activitat productiva 295
2.1. L'evolució demogràfica 297
2.1.1. El paper del turisme 300
2.1.2. El dilema residencial 304
2.2. L'evolució de l'ocupació 315
2.2.1. L'ocupació dels residents 319
2.2.2. La capacitat de generar activitat 325

3. La flexibilitat del mercat de treball 337
3.1. Els components distintius 339
3.1.1. Inestabilitat 346
3.1.2. Estacionalitat 352
3.1.3. Feminització 357
3.1.4. Concentració 361
3.2. Els efectes estructurals 367

PART IV. CREACIO I REESTRUCTURACIO DE LA CIUTAT TURISTICA. ESTUDI DE SALOU 371

CAPITOL 7. La creació de la ciutat turística 377

1. La formació de l'espai simbòlic 378
1.1. La transformació dels usos 382
1.2. La construcció de la ciutat 387
1.2.1. La descoberta del negoci 388
1.2.2. La multiplicació d'iniciatives 394
1.2.3. De la crisi a la recuperació 398
1.3. La diferenciació urbana 406

2. L'organització de l'espai productiu 412
2.1. La configuració de la base receptiva 413
2.2. L'estructuració de les relacions productives 418
2.2.1. Les relacions intersectorials 421
2.2.2. Les relacions intrasectorials 427

UNIVERSITAT ROVIRA I VIRGILI
DIFERENCIACIÓ I REESTRUCTURACIÓ DE L'ESPAI TURÍSTIC. PROCESSOS I TENDÈNCIES AL LITORAL DE TARRAGONA
Salvador Antón Clavé
ISBN:978-84-691-1887-0/DL: T-347-2008

Annex al Capítol 7. Model d'enquesta als establiments turístics 437

CAPITOL 8. La reestructuració del producte 451

1. La reordenació de l'espai 458
2. El parc temàtic Port Aventura 467
   2.1. El contex europeu 468
   2.2. La voluntat política 475
   2.3. El projecte recreatiu 484
   2.4. Els efectes territorials 491
      2.4.1. La reordenació del sistema d'infrastructurures 491
      2.4.2. La variació del model d'implantació urbana 493
   2.5. Recapitulació 495

Conclusions 499

Bibliografia 509

Index de quadres 537

Index de figures 543

Index de mapes 545

Index de fotografies 547

UNIVERSITAT ROVIRA I VIRGILI
DIFERENCIACIÓ I REESTRUCTURACIÓ DE L'ESPAI TURÍSTIC. PROCESSOS I TENDÈNCIES AL LITORAL DE TARRAGONA
Salvador Antón Clavé
ISBN:978-84-691-1887-0/DL: T-347-2008

Introducció

L'elaboració d'aquesta tesi es basa en l'anàlisi i interpretació de l'espai litoral de Tarragona en tant que espai de destinació turística i de localització d'equipaments residencials i recreatius. Més enllà de la consideració d'aquest espai com a espai de consum -i espai consumit-, aborda fonamentalment la seva configuració en tant que espai productiu. Això ha implicat construir un model d'estudi que considera, paral.lelament a les formes d'articulació que el turisme ha generat sobre el territori, algunes de les qüestions econòmiques de caràcter espacial que des de fa alguns anys s'han anat incorporant a l'anàlisi dels processos econòmics.

De fet, la intenció d'aquesta recerca no és entrar en un remolí d'informacions sobre la dinàmica turística de l'espai litoral de Tarragona sinó, més aviat, aconseguir identificar alguns canvis, tendències i resultats que permetin enriquir, més enllà de l'espai que s'hi analitza, la interpretació del turisme i de les seves derivacions recreativa i residencial com a factors fonamentals en l'organització física i econòmica de l'espai en les societats contemporànies. Es amb aquest propòsit, per tant, que la tesi aborda diferents qüestions per a intentar escatir de quina manera la urbanització turística ha portat a una progressiva singularització formal i funcional de determinats espais i per a intentar establir fins a quin punt l'anàlisi d'aquests espais -consumptius però també productius- planteja interrogants als discursos teòrics i metodològics convencionals en relació a la regió i a la ciutat.

Es per aquest motiu que -des d'una perspectiva teòrica- s'hi aborden qüestions com el sentit social de la producció d'espai turístic o les actuals tendències de canvi de la demanda turística i els seus efectes sobre els espais de destinació turística tradicionals. En la mateixa línia, s'hi introdueixen -amb les limitacions i contrastos convenients- aspectes derivats dels actuals debats sobre

UNIVERSITAT ROVIRA I VIRGILI
DIFERENCIACIÓ I REESTRUCTURACIÓ DE L'ESPAI TURÍSTIC. PROCESSOS I TENDÈNCIES AL LITORAL DE TARRAGONA
Salvador Anton Clavé
ISBN:978-84-691-1887-0/DL: T-347-2008

sistemes productius localitzats i reestructuració d'economies locals -i, entre elles, les economies dels espais litorals de destinació turística- i qüestions relatives a les bases territorials del desenvolupament econòmic.

A partir d'aquestes reflexions es tracten aspectes més aplicats que tenen interès específic per a l'espai litoral de Tarragona. Aquest és el cas de circumstàncies com ara la progressiva i problemàtica diferenciació dels propis espais de destinació respecte a la resta d'espais regionals i l'àmplia conversió d'una part important dels espais turístics en espais residencials d'ús temporal; l'aparició d'estructures urbanes noves -les ciutats turístiques- amb funcions en competència amb les ciutats tradicionals; el paper de l'administració local com a motor de dinàmiques de reestructuració; el caràcter atomitzat i desregulat dels processos d'acumulació i de les tendències d'inversió -fonamentalment immobiliàries-; la poca qualificació del mercat laboral; o, finalment, els fonaments que l'actual desenvolupament atorga a l'espai de cara a respondre a les noves dinàmiques econòmiques que s'imposen a nivell general.

Des d'aquesta perspectiva la tesi que es presenta pretén superar la voluntat descriptiva que -tot i ser necessària-caracteritza una part important de l'anàlisi geogràfica dedicada al turisme i, a partir de la imprescindible compilació i anàlisi de dades, procura inscriure el seu plantejament teòric i metodològic en el marc d'una interpretació àmplia sobre la dinàmica econòmica i territorial del turisme en els espais de destinació i sobre la seva capacitat per a crear, transformar i dotar de significat determinats llocs. Es des d'aquest raonament que -tal com diu el títol de la recerca i prenent com a base il.lustrativa el litoral de Tarragona- el seu contingut es dedica a analitzar els processos de diferenciació de l'espai que genera el turisme i les tendències de reestructuració que s'observen en els territoris on ha ocasionat un nou ordre. Es, en base a aquests criteris de caràcter general, doncs, que es delimiten, per tant, els objectius i hipòtesis de recerca i es plantegen les necessitats metodològiques, tècniques i de contingut per a la seva execució efectiva.

Tenint en compte aquestes consideracions, per tant, la tesi es presenta amb l'objectiu d'oferir algunes reflexions d'interès en relació a la branca de la Geografia del Turisme que s'ha preocupat d'estudiar la urbanització turística dels espais litorals i, en particular, de vincular el turisme en tant que activitat

UNIVERSITAT ROVIRA I VIRGILI
DIFERENCIACIÓ I REESTRUCTURACIÓ DE L'ESPAI TURÍSTIC. PROCESSOS I TENDÈNCIES AL LITORAL DE TARRAGONA
Salvador Antón Clavé
ISBN:978-84-691-1887-0/DL: T-347-2008

productiva a altres aspectes més amplis de l'anàlisi geogràfica regional. En definitiva, amb l'objectiu d'avançar en la pròpia comprensió d'un dels fenomens socials més dinàmics i diferenciadors de les societats desenvolupades contemporànies, el turisme.

UNIVERSITAT ROVIRA I VIRGILI
DIFERENCIACIÓ I REESTRUCTURACIÓ DE L'ESPAI TURÍSTIC. PROCESSOS I TENDÈNCIES AL LITORAL DE TARRAGONA
Salvador Antón Clavé
ISBN:978-84-691-1887-0/DL: T-347-2008

Agraïments

Mestratge, debat i col.laboració són tres paraules que recullen sintèticament el sentit de la participació de les moltes persones que han contribuït a l'efectiva realització d'aquest treball. A totes elles el meu agraïment. A Josep Oliveras, director de la tesi i catedràtic d'Anàlisi Geogràfica Regional a la Universitat Rovira i Virgili, que ha estimulat constantment la seva realització i n'ha facilitat la seva concreció. A Allan Williams, director del *Tourism Research Group* de la *University of Exeter*, que va fer comentaris al projecte inicial de recerca que després s'han revelat de molta utilitat. A José Antonio Donaire, a Francesc Santacana i a Joaquim Margalef, geògraf, arquitecte urbanista i economista respectivament, amb qui s'han mantingut converses que, inevitablement, s'han vist reflectides en el contingut i el sentit del treball. Als companys de la Unitat de Geografia de la Universitat Rovira i Virgili, que han facilitat la seva realització, i, en particular, als membres de l'equip de treball que sobre turisme s'ha constituït en aquesta Unitat amb el nom de Grup d'Estudis Turístics. En concret, a Francesc González, que ha col.laborat en la recollida de dades i ha elaborat bona part de la cartografia que acompanya el text, a Rafael López, que, a més de participar en algunes fases del treball, ha portat el pes de l'edició final de la recerca, i a Jordi Cáceres, Marta Nel.lo i Josep Carbó, que, amb diferents nivells de dedicació, també han col.laborat en el treball de camp i en el procés de documentació. Finalment, als múltiples investigadors que -de paraula o per escrit- han aportat les reflexions necessàries que han permès la redacció d'aquests papers.

Més enllà d'aquestes persones és d'agrair també la confiança dipositada per les diverses institucions que han vist amb bons ulls la realització d'una recerca de les característiques de la que es presenta. De fet, una part del treball sobre el qual es basa aquesta tesi va ser iniciada durant una estada durant l'any 1992 al *Department of Geography* de la *University of Exeter*. Aquesta estada,

UNIVERSITAT ROVIRA I VIRGILI
DIFERENCIACIÓ I REESTRUCTURACIÓ DE L'ESPAI TURÍSTIC. PROCESSOS I TENDÈNCIES AL LITORAL DE TARRAGONA
Agraïments
Salvador Anton Clavé
ISBN:978-84-691-1887-0/DL: T-347-2008

que no es pot desvincular de la bona acollida donada per Andrew Gilg en aquesta institució britànica, va ser finançada per la Direcció General d'Universitats de la Generalitat de Catalunya d'acord amb l'*Anglo-Catalan Society* a través d'una *Beca Batista i Roca* en la seva convocatòria de 1992. El treball ha comptat també amb una *Beca d'Investigació Joan Maragall* - atorgada per la *Fundació José Ortega y Gasset* i la *Fundació "la Caixa"* en la seva convocatòria de 1992- gràcies a la qual es va poder realitzar una estada d'una setmana a la *Biblioteca del Centro Nacional de Documentación Turística* de Madrid amb la finalitat d'obtenir documentació i revisar bibliografia sobre el tema. Finalment, una part significativa de l'anàlisi que es presenta s'inscriu en el projecte d'investigació finançat per la *Dirección General de Investigación Científica y Técnica* PS91-0079 sobre *El paper de l'administració local en el desenvolupament de l'espai turístic* dirigit en qualitat d'Investigador Principal pel Dr. Josep Oliveras Samitier i desenvolupat entre 1992 i 1995.

Tècnics i polítics de les més diverses institucions han facilitat part de la informació que fonamenta aquesta recerca i, en alguns casos, han fet observacions d'interès en relació als temes que s'hi tracten. Tot i que la relació és llarga, és d'agrair la disponibilitat i atenció de Juan de Lama, de la Delegació de Govern de la Generalitat de Catalunya a Tarragona; de Francesc Vives, Anna Vives, Joan Toral i Carles Robert, del Departament de Comerç, Consum i Turisme de la Generalitat de Catalunya a Tarragona; de Jordi Padrell de la Cambra Oficial de Comerç, Indústria i Navegació de Tarragona; de Jordi Jacas, de l'Organisme Autònom de Recaptació de la Diputació de Tarragona; de Juan José Garabatos, de la Delegació de Tarragona del Instituto Nacional de Empleo; d'Antoni Piñol, regidor d'Urbanisme i Medi Ambient de l'Ajuntament de Salou; de Gelasio Nogueira, de l'Institut d'Estadística de Catalunya; i d'Elisabet Sau, del Departament de Política Territorial i Obres Públiques de la Generalitat de Catalunya. Igualment s'ha de dir dels administratius i directius d'algunes empreses turístiques per la seva col.laboració davant dels requeriments d'informació que els he sol.licitat. A tots ells vull fer constar també el meu agraïment pel seu interès i la seva col.laboració.

UNIVERSITAT ROVIRA I VIRGILI
DIFERENCIACIÓ I REESTRUCTURACIÓ DE L'ESPAI TURÍSTIC. PROCESSOS I TENDÈNCIES AL LITORAL DE TARRAGONA
Salvador Antón Clavé
ISBN:978-84-691-1887-0/DL: T-347-2008

PART I

MARC TEORIC

EL PROTAGONISME DE L'ESPAI EN LA DINAMICA DE CONSUM TURISTIC

UNIVERSITAT ROVIRA I VIRGILI
DIFERENCIACIÓ I REESTRUCTURACIÓ DE L'ESPAI TURÍSTIC. PROCESSOS I TENDÈNCIES AL LITORAL DE TARRAGONA
Salvador Antón Clavé
ISBN:978-84-691-1887-0/DL: T-347-2008

Malgrat que les societats contemporànies coneixen més sobre el treball que sobre el lleure, probablement el turisme, les activitats turístiques i, especialment, els espais turístics són molt més il.lustratius en relació als mecanismes de producció i de reproducció dels grups socials que qualsevol altra pràctica social, activitat econòmica o entorn territorial. El turisme és, de fet, un component essencial de la cultura de consum de les societats desenvolupades. Tan clara és aquesta idea que autors com MacCannell (1976) han sostingut que el turista és el símbol central del món contemporani i, de manera encara més contundent, Horne ha suggerit que la càmera fotogràfica i el turisme són dues de les úniques formes modernes de definir la realitat (citat a Crick, 1991: 346).

Sense entrar de moment en consideracions semàntiques[1], és com a mínim evident que, com diu Daniel Clary, tot i que la *civilització del lleure* -i amb ell el turisme-anunciada per Dumazedier no ha arribat, el lleure ha esdevingut ja un fet de civilització (Clary, 1993: 2). Ara bé, cal tenir present, però, que -més enllà dels efectes econòmics que ocasiona, de les conseqüències que té sobre l'organització de l'espai o de les relacions industrials que provoca-, des d'una perspectiva social, el turisme és fonamentalment, una activitat que expressa capacitats desiguals. Dit d'una altra manera, les pràctiques turístiques són -per activa i per passiva-diferenciadors eficients entre comunitats i grups socials[2]. Tant és així que, tot i l'important procés de generalització a què s'ha vist sotmès, la pràctica del turisme es realitza majoritàriament en els països desenvolupats i entre els grups socials més benestants.

De fet, tal com han exposat de manera contundent alguns investigadors (Schwimmer, 1979; Turner & Ash, 1991: 12), la possibilitat del turisme arrela en el món real de les grans desigualtats econòmiques i polítiques entre països i de les

[1] L'acord entre els investigadors en relació a l'abast i al contingut dels conceptes de lleure, recreació i turisme és encara inexistent.

[2] Mentre que els itineraris turístics han precipitat les dialèctiques d'identitat que porten a la presa de consciència d'un mateix i, amb el seu desenvolupament, han banalitzat l'experiència de descoberta de l'alteritat pròpia de viatgers i d'antropòlegs, les estades vacacionals, fonamentades en el desenvolupament d'activitats recreatives específiques i en la diferenciació de l'espai en funció d'unes característiques, d'un lloc o del propi to d'aquestes activitats, s'han convertit en una estratègia de reconeixement social.

UNIVERSITAT ROVIRA I VIRGILI
DIFERENCIACIÓ I REESTRUCTURACIÓ DE L'ESPAI TURÍSTIC. PROCESSOS I TENDÈNCIES AL LITORAL DE TARRAGONA
Part I
Salvador Antón Clavé
ISBN:978-84-691-1887-0/DL: T-347-2008

grans diferències, malgrat els avenços en el procés de democratització del viatge i de les vacances en els països desenvolupats, entre les classes socials[3]. Es així, doncs, que la pràctica del turisme és, ha estat, i té tendència a ser un signe de diferència. Aquesta és, de fet, una constatació bàsica per a entendre els processos i dinàmiques que -com es veurà a través d'aquesta recerca- ha generat.

[3] En els països menys desenvolupats, el turisme només és rellevant entre les classes dominants.

UNIVERSITAT ROVIRA I VIRGILI
DIFERENCIACIÓ I REESTRUCTURACIÓ DE L'ESPAI TURÍSTIC. PROCESSOS I TENDÈNCIES AL LITORAL DE TARRAGONA
Salvador Antón Clavé
ISBN:978-84-691-1887-0/DL: T-347-2008

Capitol 1
L'espai del turisme

El turisme[1] és una activitat que implica diversitat de conceptes escassament definits (Leiper, 1979; de Groote, 1983; Sttaford, 1985; Gilbert, 1990). Segons James Lett, existeixen dues grans consideracions teòriques sobre el turisme[2] (Núñez & Lett, 1992; 416-417). La primera és la representada per Nelson H.H. Graburn. Aquest antropòleg sosté que el turisme pot analitzar-se en òptimes condicions com una manifestació quasi-universal de la necessitat humana que té per objecte el joc i la recreació. Per a ell, el turisme és un ritual eminentment laic que en moltes societats contemporànies compleix les funcions del temps assignades als rituals sacres, o millor encara, sobrenaturals. Per a Dennison Nash, que representa la segona posició, el turisme es pot entendre com una forma quasi-universal de la necessitat que tenen de viatjar les persones en els moments de lleure. Contràriament a Graburn, Nash pensa que és discutible una suposada necessitat de les persones d'alternar entre les experiències ordinàries i les experiències extraordinàries.

Malgrat les discordances, els diversos autors s'han posat d'acord a acceptar que, en darrera instància, el turisme és, fonamentalment, el resultat d'una pràctica particular. Segons aquest plantejament és la percepció del turista -

[1] A efectes estadístics, la *Conferència Internacional sobre Estadístiques de Viatge i Turisme* convocada per l'Organització Mundial del Turisme a Otawa al juny de 1991, proposa definir el turisme com "les activitats de les persones que es desplacen a un lloc diferent al del seu entorn habitual per menys d'un determinat temps i per un motiu principal diferent al d'exercir una activitat que es remuneri en el lloc visitat" (Organización Mundial del Turismo, 1991: 114; Huéscar, 1993).

[2] Les consideracions que es fan a acontinuació no tenen en compte les manifestacions turístiques que -tot i estar recollides en les estadístiques a l'ús- tenen altres motivacions que no siguin les recreatives. De fet, segons la seva formulació clàssica, un turista -talment com es concebeix vulgarment-és el paradigma del consumidor, és el viatger que -segons l'antic diccionari de Litré- transita per països estrangers per curiositat i perquè no té res que fer (Muñoz de Escalona, 1992: 26).

UNIVERSITAT ROVIRA I VIRGILI
DIFERENCIACIÓ I REESTRUCTURACIÓ DE L'ESPAI TURÍSTIC. PROCESSOS I TENDÈNCIES AL LITORAL DE TARRAGONA
Salvador Anton Clavé

ISBN:978-84-691-1887-0/DL: T-347-2008

"carregada de la seva pròpia cultura i arrelada en un altre territori" (Clary, 1993: 27)- l'element que valida els recursos, les persones i els components del paisatge -natural o urbà- per a la pràctica turística. Aquesta validació no prové de l'observació científica, sinó de l'observació simbòlica (Urbain, 1993: 137). Es, en síntesi, la *mirada del turista* -com titula John Urry el seu llibre sobre lleure i viatge a la societat contemporània (Urry, 1990)- l'element que defineix la pràctica turística[3]. Seria aquesta -la *mirada turística*- una de les característiques mínimes que són comunes al conjunt de pràctiques socials definides com a turisme i que són interpretades com a tals pels subjectes i pels investigadors.

Ara bé, més enllà de la psicologia, l'antropologia i la sociologia, el turisme és sobretot una activitat polifacètica i multidimensional que afecta diferents indústries que s'inscriuen en l'espai. L'espai és, en darrer terme, l'element fonamental de la pràctica turística. Formes, equipaments, paisatges i infrastructures són resultat dels fluxes de persones, de capitals, d'informacions i d'imatges. Es pot arribar a interpretar, doncs, que l'espai turístic és un sistema territorial -amb una estructura i un funcionament complexes- que té com a finalitat principal la de facilitar la reproducció d'experiències turístiques.

Com la *mirada turística*, les *experiències turístiques* varien en funció dels grups socials i dels periodes històrics. Es fonamenten en la seva diferència amb les *experiències no-turístiques* i, per tant, presuposen un sistema d'activitats socials i signes que les identifiquen no tant d'una manera intrínseca sinó en contrast amb les pràctiques no turístiques. Així, per exemple, el turisme de masses -que és la pràctica turística que, amb variacions, ha dominat a les societats desenvolupades des de finals de la segona guerra mundial i que ha representat i representa una forma generalitzada i socialment construïda de consum de masses- ha conduït a la generació d'espais específics de preferent ús turístic, i, en particular, a la construcció d'un tipus de ciutats, les turístiques, que representen una forma extraordinària i singular d'urbanització[4].

---

[3] John Urry (1990) associa l'aparició de noves formes de consum turístic amb una ampliació i transformació de la mirada turística. Per aquest motiu distingeix, d'una manera dicotòmica, entre la mirada *col.lectiva* -pròpia de les etapes de consum de masses- i la mirada *romàntica* -pròpia de les formes de consum turístic individualitzat com és ara les que es deriven de l'actual segmentació de productes i de la recent valoració de qüestions com el patrimoni cultural, històric i natural-. Veure una ampliació d'aquesta qüestió a Urry, 1992.

[4] Si bé cal tenir en compte el precedent de les ciutats balneàries, tal com indica Pat Mullins, mentre que

UNIVERSITAT ROVIRA I VIRGILI
DIFERENCIACIÓ I REESTRUCTURACIÓ DE L'ESPAI TURÍSTIC. PROCESSOS I TENDÈNCIES AL LITORAL DE TARRAGONA
Salvador Antón Clavé
ISBN:978-84-691-1887-0/DL: T-347-2008

Aquesta forma particular de construir l'experiència turística ha donat al turisme el caràcter d'organitzador de l'espai, i, en conseqüència, l'ha constituït en un mecanisme per a l'acumulació de capital, un instrument per a l'apropiació privada de riquesa, una eina per a l'extracció de plusvalor del treball i una tècnica per a capturar rendes de fenomens físics i culturals escassos i valorats socialment -béns públics-. Així, mentre que la indústria turística -no necessàriament localitzada en els espais turístics de recepció- anima els turistes a anticipar la seva experiència i els convenç sobre la necessitat de realitzar unes determinades pràctiques que expressen distinció en els seus espais de residència; empreses, administracions i grups socials en els territoris de destinació competeixen pels recursos i per les rendes.

1. L'aparició del turista

Amb l'arribada de Colom a Amèrica, l'home europeu descobreix tipus, creences, costums i maneres inèdites fins aleshores. Aquest esdeveniment enlluerna d'una manera dramàtica la història i la cultura universal (Bitterli, 1982). Exploracions i viatges configuren una determinada idea del món i situen les societats occidentals al capdamunt d'una jerarquia de progrés que serà explotada més tard per pensadors com Locke, Vico, Montesquieu, Diderot o Condorcet[5]. Les primeres expedicions pròpiament científiques com les de Cook, La Pérouse o Bouganville (Nisbet, 1981) i la colonització del món en el segle XIX reforcen la idea de viatge, n'amplien el seu contingut i generen consciència sobre la pròpia societat i sobre les societats dels altres.

---

la urbanització occidental ha emergit generalment a conseqüència de les necessitats de producció i de comerç, les ciutats turístiques apareixen com a llocs de consum (Mullins, 1991: 326). Aquest consum obeeix a motivacions aparentment supèrflues. La finalitat d'aquestes ciutats és divertir, donar plaer, relaxar i recrear i no satisfer necessitats bàsiques com l'habitatge, la salut o l'educació.

[5] Funcionaris i religiosos amb una obra etnogràfica rigorosa i precisa com Zorita, Landa, Arriaga, Acosta, Sahagún o el propi Las Casas, i, especialment, viatgers eixelebrats a l'estil de Pigafetta, el curiós que va donar la volta al món amb Magallanes i Elcano -malgrat no ser gaire de fiar (Palerm, 1974)- alimenten el somni exòtic dels europeus, subministren mites i permeten descobrir una nova realitat social i cultural.

UNIVERSITAT ROVIRA I VIRGILI
DIFERENCIACIÓ I REESTRUCTURACIÓ DE L'ESPAI TURÍSTIC. PROCESSOS I TENDÈNCIES AL LITORAL DE TARRAGONA
Salvador Antón Clavé

ISBN:978-84-691-1887-0/DL: T-347-2008

A escala europea aquesta consciència es reforça, des d'una perspectiva fonamentalment educativa i recreativa, a través de la generalització de fenomens com el *Grand Tour* i les altres pràctiques de viatge que proliferen a partir del segle XVII entre els grups socials dominants[6]. L'evolució econòmica i social del món occidental, especialment a partir de la Revolució Industrial, facilita la progressiva generalització del viatge i, a partir del segle XIX, la possibilitat de satisfer en centres balnearis i de repòs, desitjos, necessitats i voluntats quotidianes i excepcionals. Una i altra experiència -la del viatge i la balneària- se situen en la prehistòria de les pràctiques més ususals de turisme contemporani: (1) la itinerant, materialitzada en la creació d'una part important de la indústria del viatge, i (2) la sedentària, concretada en l'aparició de ciutats dedicades exclusivament a la residència i al lleure -les ciutats turístiques-[7].

1.1. La regulació del temps

Com a formes concretes de lleure, les pràctiques turístiques contemporànies no es poden entendre al marge de la particular organització del temps que ha imperat en les societats desenvolupades a partir de la Revolució Industrial[8]. Des d'aquesta perspectiva, el desenvolupament del turisme en la societat moderna és una manifestació clara de l'organització separada del treball

[6] Tot i que va evolucionant, el *Grand Tour* -la paraula es documenta per primera vegada al 1670- sol durar d'un a tres anys i té com a principal motivació l'adquisició de coneixements. En termes generals es tracta de la gira formativa que realitzaven els joves anglesos per l'Europa continental per tal de completar els seus coneixements. En el seu moment va donar peu a una extensa bibliografia de viatges (Turner & Ash, 1991) i, evidentment, va comptar amb pràctiques similars en altres països europeus. A Espanya, per exemple, després de Jovellanos, el viatge i, en particular, el viatge a la naturalesa, aconsegueix la seva màxima expressió en els segles XVIII i XIX. Per a la *Institución Libre de Enseñanza* el viatge a la naturalesa és fonamental des d'un punt de vista educatiu (Martínez de Pisón, 1984; Morales Moya, 1984; Ortega Cantero, 1984). A diferència de les pràctiques del turisme de masses, els viatges vinculats a la idea del Grand Tour tenen un component educatiu fonamental. De fet, continguts d'aquesta mena són constants fins entrat el segle XX quan són banalitzats a través de folletons explicatius il.lustrats i guies automatitzades. El pas a una societat post-industrial ha propiciat recentment la recuperació de les velles tradicions culturals, educatives i participatives del viatge. Tradicions que durant la fase del turisme de masses havien estat bandejades en benefici de pràctiques homogeneïtzadores.

[7] En les ciutats turístiques decimonòniques -com en les actuals- la demostració de les diferències socials arrela en la idea de progrés individual (Soane, 1992: 12).

[8] Veure, en aquesta línia, Dumazedier, 1992.

UNIVERSITAT ROVIRA I VIRGILI
DIFERENCIACIÓ I REESTRUCTURACIÓ DE L'ESPAI TURÍSTIC. PROCESSOS I TENDÈNCIES AL LITORAL DE TARRAGONA
Salvador Antón Clavé
ISBN:978-84-691-1887-0/DL: T-347-2008

i del lleure. Per a explicar-ho convé recordar que la Revolució Industrial va conduir a la generalització de nous hàbits productius i, en concret, a l'aparició d'una nova disciplina del temps que es pot sintetitzar, a dir de Pérez Lédesma, en la famosa frase "el temps és or" (1991: 56).

La glorificació general de les activitats productives a partir de la Revolució Industrial va convertir el temps en un valor econòmic. Malgrat els avenços sindicals, l'organització empresarial del temps, sancionada socialment i legitimada ideològicament, va regular, a partir d'aleshores, el principi i la fi de la jornada de treball, els dies de festa o les dates de vacances. Es a dir, de fet, va sistematitzar el temps i va organitzar el lleure de manera separada del treball[9]. Per aquest motiu difícilment es pot entendre el lleure com a temps lliure en un sentit absolut sinó que més aviat s'ha d'interpretar com a temps regulat. Com el lleure, el turisme no es pot aillar, tampoc, de les ideologies que el legitimen (Rauch, 1993: 15).

Així, per exemple, ja a partir de la segona meitat del segle XIX en certes ciutats industrials del nord d'Anglaterra s'organitzen viatges per als membres de la classe obrera amb la finalitat que els treballadors passin uns dies de vacances en determinats nuclis de platja propers (Soane, 1992). Les raons d'aquestes iniciatives van des de la idea de civilitzar l'aspra classe obrera a través d'activitats recreatives organitzades fins a l'objectiu d'incrementar la seva eficiència. Es per aquest motiu que John Urry afirma, il.lustrativament, que el turisme de masses es va iniciar, a partir dels anys 50 del segle passat, en els carrerons del darrera de les ciutats industrials del nord d'Anglaterra (Urry, 1990: 16). Fins aleshores la pràctica del turisme -la pràctica del Grand Tour- havia estat limitada només a un relativament petit nombre de persones -la *classe ociosa* de Thorstein Veblen (Veblen, 1966)- que precisament es diferenciava de la resta de grups socials a causa de la seva capacitat d'ús lúdic del temps i de la seva capacitat de consum innecessari.

[9] Pot ser convenient recordar dos fets significatius en relació a aquesta qüestió: (1) tal com reporten antropòlegs com Maurice Godelier (1984: 115) el concepte treball és inexistent en nombroses llengües de comunitats primitives i (2) la valoració del treball en altres contextos culturals com, per exemple, el clàssic greco-romà és, de fet, molt diferent de la derivada de l'ètica cristiana o de la de la moral socialista (Mosse, 1980).

UNIVERSITAT ROVIRA I VIRGILI
DIFERENCIACIÓ I REESTRUCTURACIÓ DE L'ESPAI TURÍSTIC. PROCESSOS I TENDÈNCIES AL LITORAL DE TARRAGONA
Salvador Anton Clavé

ISBN:978-84-691-1887-0/DL: T-347-2008

El desenvolupament del viatge més enllà de les pràctiques de la *classe ociosa* a partir del segle XIX dóna una nova dimensió al fenomen i propicia l'aparició de dinàmiques pròpiament turístiques[10]. El viatge deixa d'expressar només i d'una manera dramàtica l'estatus social i passa a representar, a més a més, la separació entre el temps del treball i el temps del lleure. Segons algunes interpretacions neo-marxistes, aquesta separació -i la consegüent organització i sistematització social del temps de lleure-, aporta als individus la "il.lusió de la llibertat i de l'autodeterminació" que no poden tenir durant el temps dedicat al treball (Britton, 1991: 452-3). A partir d'aquí el temps de lleure tendeix a generalitzar-se convertint-se, tanmateix, en temps alliberat. Temps reconegut -gràcies a les pressions polítiques i sindicals- com a dret social i indicador d'una manera de viure. En el fons, per tant, el que hi ha amb l'organització i la sistematització del lleure és la justificació del propi treball com a activitat necessària. Ja ho denunciava, d'una manera poc ortodoxa, P. Lafargue l'any 1880 amb les seves reflexions a *El dret a la peresa*. Es en aquesta obra on es mostra per primera vegada la sorpresa que produeix "l'estranya passió" de la societat moderna pel treball i on es defensa que no és el treball sinó el plaer l'objectiu màxim de la classe obrera (Lafargue, 1991). Tanmateix, en el sistema, el lleure justifica el treball[11].

Indubtablement, el viatge i, especialment, les seves despulles, és a dir, el turisme, pot ser considerat la màxima expressió de la conquesta d'un temps alliberat, és a dir del lleure. Per aquest mateix motiu, a mesura que el viatge s'ha democratitzat entre les classes obreres dels països desenvolupats, la distinció que expressa el turisme també ha variat. Tant en el cas d'itineraris turístics com en el de les estades vacacionals, és el contingut de la pràctica turística l'element que expressa la distinció que abans expressava la capacitat de la *classe ociosa*

---

[10] Tal com titula Pierre George (1992) el prefaci que escriu a l'obra col.lectiva *Tourismes. Chance pour l' économie, risque pour les sociétés?*, el turisme és, de fet, una aventura del segle XX.

[11] Malgrat la generalització del lleure i l'aparició del consum de masses, "el model de Veblen segueix en peu" només que -a dir de Racionero-canviant els papers de cada classe en una sorprenent transformació dialèctica. L'antiga classe ociosa -segons Racionero- "dirigeix bancs, grups financers, empreses i partits polítics per tal de conservar el seu poder" mentre que l'antiga classe treballadora consumeix per damunt del nivell de subsistència i entra en unes pautes de consum que imiten, de manera massificada i en sèrie, els costums consumistes de la classe alta. A partir d'aquí, "els itineraris del *Grand Tour* dels aristòcrates anglesos del segle XIX han arribat a tots els grups socials reconvertits en els viatges massius de Mundicolor" (Racionero, 1983: 89).

UNIVERSITAT ROVIRA I VIRGILI
DIFERENCIACIÓ I REESTRUCTURACIÓ DE L'ESPAI TURÍSTIC. PROCESSOS I TENDÈNCIES AL LITORAL DE TARRAGONA
Salvador Antón Clavé
ISBN:978-84-691-1887-0/DL: T-347-2008

de dedicar-se al lleure i a viatjar[12]. Es pot dir, en conseqüència, que, a partir d'aquest canvi, és l'ús que cada individu fa del seu temps lliure l'element que expressa la seva personalitat i circumstàncies. Es més, s'ha dit que la manera com cadascú ocupa el seu temps lliure dóna una imatge i classifica cada individu en relació als altres (Clary, 1993: 11). D'aquí, per exemple, que, atès que els "nuclis turístics són llocs on els grups exhibeixen les seves preferències, modes i valors pel fet que la gent és molt més lliure de manifestar-se tal com és en el lleure que en el treball" (Jones, 1986: 2)[13], l'atribució d'estatus ve donada pel fet d'*on* es realitzen les vacances[14].

A partir de les darreries dels anys cinquanta i seixanta d'aquest segle, quan l'increment d'ingressos disponibles per part de les classes mitjanes i treballadores del nord d'Europa i la caiguda dels costos reals de les vacances internacionals a causa de les economies d'escala i dels canvis en la tecnologia del transport[15] -quan s'origina una edat d'or del turisme internacional a Europa que dura fins a les primeries dels anys 70- aquestes consideracions poden ser

---

12 Tanmateix, resta encara un component de distinció en la pròpia capacitat o no de viatjar. Així sembla deduir-se, per exemple, de l'estudi realitzat per la *Secretaría General de Turismo* sobre les vacances dels espanyols l'any 1993 (Secretaría General de Turismo, 1993). Del total de persones que van viatjar durant la temporada que cobria l'enquesta, només un 15'7% tenien un nivell socioeconòmic baix mentre que el 26'1% d'aquest mateix nivell no van viatjar. Per contra, mentre que un 15'6% dels que van viatjar tenien un nivell socioeconòmic alt/mig alt només un 5'4% de tots els que no van viatjar es trobaven en aquest mateix nivell.

13 Rob Shields ho ha explicat perfectament en relació al Brighton dels primers temps. La seva apreciació és encara útil. Un espai de destinació turística com pot ser un nucli turístic costaner no és només un lloc amb unes determinades característiques, és, especialment, un indret que, per la seva condició de *platja* -de centre recreatiu i turístic-, es transforma en una zona socialment apropiada per a comportaments específics i formes d'interacció més enllà de les normes de comportament, de vestir i d'actuar quotidianes (Shields, 1991: 75).

14 La clau de la diferenciació és la *tonalitat social* -composició social- de les persones que es desplacen a un determinat centre turístic. Qüestions com la fragmentació de la propietat de la terra, com l'accessibilitat a través de sistemes de transport de masses o com el vincle amb determinades ciutats emissores de demanda poden ser factors importants en el procés de configuració d'una determinada *tonalitat social*. De fet, ja van ser importants en la diferenciació dels espais turístics -i per tant dels seus usuaris- a l'Anglaterra del segle passat (Bagguley et al, 1990: 78).

15 El paper de les companyies de viatges ha estat clau en el procés d'internacionalització, i més important encara, en el procés de creació de gustos i de necessitats. La influència dels operadors en relació a la creació de determinats espais turístics ha estat, a més a més, essencial. Són ells qui han controlat una part important del turisme estranger, són ells qui han triat els espai a consumir i són ells qui han imposat les condicions que havien d'aplegar els espais de lleure per a que siguin acceptats en el mercats turístics internacionals (Sánchez, 1985: 119).

UNIVERSITAT ROVIRA I VIRGILI
DIFERENCIACIÓ I REESTRUCTURACIÓ DE L'ESPAI TURÍSTIC. PROCESSOS I TENDÈNCIES AL LITORAL DE TARRAGONA
Salvador Anton Clavé

ISBN:978-84-691-1887-0/DL: T-347-2008

aplicades a grups cada vegada més amplis del cos social[16]. S'ha generat, en conseqüència, un tipus de turisme que s'ha denominat de masses, que tendeix a ser espacialment i temporalment polaritzat i que ocasiona, quan es materialitza en pràctiques vacacionals sedentàries, processos d'urbanització turística i intenses pressions ambientals. S'ha generat, doncs, una forma de consum de lleure que correspon a una etapa de producció que s'ha anomenat fordista (Shaw & Williams, 1994: 180) i que es fonamenta en una iterativa combinació d'equipaments (hotel o apartaments i atraccions recreatives) que es localitzen preferentment a la costa[17].

Tot i que el model de masses és encara prevalent, alguns canvis recents en la valoració social de les destinacions turístiques (Williams, 1992: 3) han posat de manifest indicis raonables que els turistes "comencen a cansar-se de les destinacions vacacionals que se'ls ofereixen, on no hi ha gaire cosa més que platges, restaurants, bars i, com a molt cinemes, que són exactament iguals en tots els punts de la Perifèria del Plaer". Per aquest motiu, algunes ciutats turístiques han "iniciat la recerca de noves atraccions artificials capaces de rivalitzar amb les naturals i històriques." Així, per exemple, "l'estat de Florida posa perfectament de manifest que la més simple platja vacacional comença a deixar-se substituir per un producte d'alta tecnologia" (Turner & Ash, 1992: 165)[18].

Aquestes noves pràctiques s'han associat -pel que fa als països desenvolupats- al pas d'una societat industrial a una societat post-industrial (Donaire, 1995). A més, entenent que tres de les característiques clau del post-

[16] L'increment dels preus del petroli, la recessió econòmica i els canvis polítics provoquen -a Espanya i a Europa- una certa aturada del creixement turístic a principis dels anys vuitanta. A partir de la segona meitat d'aquesta dècada el creixement turístic es reprèn fins a principis dels anys noranta.

[17] Es per aquest motiu que, tal com han demostrat empíricament Truett i Truett (1987) en calcular les funcions de demanda turística d'Espanya, Grècia i Mèxic, aquest sistema de consum ocasiona sistemes de producció altament elàstics en relació als ingressos dels turistes i al preu. D'aquí que el seu principal punt de competició de cadascun d'aquests sistemes siguin, generalment, els preus.

[18] A partir de la seva anàlisi de la costa australiana, Pat Mullins és del parer que aquesta mena de ciutat, que arrela en el període de producció fordista, és, tanmateix, la forma més clara de *ciutat post-moderna*. Pel fet que s'adapta a complaure diversos segments de demanda en un mateix espai, la ciutat turística és, per a ell, la més clara manifestació urbana d'aquesta forma post-industrial d'urbanització (Mullins, 1991: 330).

UNIVERSITAT ROVIRA I VIRGILI
DIFERENCIACIÓ I REESTRUCTURACIÓ DE L'ESPAI TURÍSTIC. PROCESSOS I TENDÈNCIES AL LITORAL DE TARRAGONA
Salvador Antón Clavé
ISBN:978-84-691-1887-0/DL: T-347-2008

modernisme són (1) el refús dels individus a ser tractats com a part d'una massa indiferenciada; (2) la dissolució de límits entre les diferents formes de cultura -d'èlit i popular- i continguts culturals -art, música, pintura, tecnologia-; i (3) la participació activa en les experiències de consum cultural, determinats autors han interpretat aquesta evolució en el marc d'un procés general de canvi cultural.

1.2. La construcció del lleure

Si fins la dècada dels setanta, s'ha considerat que el lleure és "el temps que es disposa un cop acabat el treball" (Dumazedier, 1962) i, per tant, fins aquest moment el treball ha estat considerat el fonament del temps social, amb el pas a una societat post-industrial[19] s'han produït alguns canvis que estan conduint a no reconèixer d'una manera tan clara el treball com a valor central de la societat. Així, cent anys més tard d'*El dret a la peresa* el cos social tendeix a refusar, un cop entrats en la societat de l'atur i de les classes passives, el valor treball i, per contra, afirma el lleure com a valor. De forma generalitzada, amb el canvi cultural, el lleure està deixant de ser considerat com un temps alliberat i està passant a ser un temps d'activitat. L'actual és l'època dels *hobbies*, de l'economia paral.lela i del turisme actiu. Actualment, anar de vacances, fer turisme, està deixant de ser un privilegi, una mostra de distinció, una valorització de la pròpia persona per a constituir-se, sobretot, com una necessitat fonamental (Clary, 1993: 20). D'altra banda, la menor diferència entre el temps de treball i el temps de lleure -i en determinats casos la pròpia inexistència de temps de treball, com és el cas de les classes passives- ha contribuït a la transformació de l'imaginari turístic.

De fet, les pràctiques turístiques actuals no poden ser interpretades separadament de les mutacions culturals provocades per les transformacions socials i econòmiques de les societats contemporànies (Agarwal, 1992: 17). Aquests canvis recents no poden ser compresos completament sense considerar

[19] La societat post-industrial es caracteritza per tres components fonamentals: "econòmic, l'economia produeix més serveis que articles; professional, l'ocupació es fa més nombrosa en les ocupacions de corbata (*white collar*) y menys en els de granota (*blue collar*); tecnològic, la informàtica supera la mecànica com a font de poder tant econòmic com polític" (Racionero, 1983: 119).

UNIVERSITAT ROVIRA I VIRGILI
DIFERENCIACIÓ I REESTRUCTURACIÓ DE L'ESPAI TURÍSTIC. PROCESSOS I TENDÈNCIES AL LITORAL DE TARRAGONA
L'espai del turisme
Salvador Antón Clavé
ISBN:978-84-691-1887-0/DL: T-347-2008

la transformació de les relacions de poder entre les diferents classes socials i, especialment, la minva de població en les classes obreres i l'engrandiment de les classes de serveis i altres classes mitjanes -que són, al capdavall, les que estan imposant les seves preferències[20]-. Igualment, tal com s'acaba d'apuntar, segons alguns autors i per a determinats contextos socials, aquests canvis no poden ser compresos sense tenir en compte el desenvolupament del post-modernisme (Urry 1990).

Les principals transformacions tenen a veure amb la valoració de l'experiència turística com a element fonamental del consum turístic i del propi consum cultural. En aquest sentit, per exemple, a partir de les tesis de Campbell segons les quals els individus no busquen la seva satisfacció en els productes que consumeixen sinó en la realització de les experiències que anticipen en la seva imaginació (Campbell, 1987), John Urry apunta que el turisme és, segurament, l'experiència de consum cultural paradigmàtica[21] (Urry, 1990: 13). De fet, a mesura que la *mirada turística* s'universalitza i es fa menys precisa, l'experiència turística es va fent més inseparable de qualsevol experiència cultural o de consum contemporània. Així, talment com en qualsevol altra experiència cultural, actualment el turista (1) anticipa les seves experiències sense haver de sortir de casa gràcies als mitjans de comunicació de masses; (2) es deleix amb les múltiples possibilitats d'elecció; i (3) sap que és un turista i que el turisme és un joc, o millor encara, un conjunt de jocs amb múltiples textos i no una única i autèntica experiència (Feifer, 1985).

Tant és així que, actualment, no n'hi ha prou amb la realització d'un itinerari o amb l'estada en un centre turístic sinó que, per a satisfer les expectatives dels turistes, comencen a ser necessàries iniciatives específiques de caràcter més singular que responen a formes de turisme que es poden diferenciar

---

20 Els motors d'aquests canvis han estat, segons P. Bourdieu, (1) el substancial increment de la classe de serveis i la "nova petita burgesia"; (2) la major fortalesa cultural i econòmica d'aquesta classe en relació a la burgesia tradicional i als intel.lectuals; (3) la inexistència d'uns límits clars entre aquesta i les altres classes socials; i (4) l'ús del seu relativament alt nivell cultural per a proclamar la manca de gust de bona part dels burgesos, criticats per elitistes, i de la classe treballadora, criticats per manca de subtilesa (Bourdieu, 1979).

21 En el cas del turisme, l'anticipació de l'experiència implica una generació prèvia de significats i significants per part de la pròpia indústria turística però també per part d'altres indústries culturals amb signes eficients.

UNIVERSITAT ROVIRA I VIRGILI
DIFERENCIACIÓ I REESTRUCTURACIÓ DE L'ESPAI TURÍSTIC. PROCESSOS I TENDÈNCIES AL LITORAL DE TARRAGONA
Salvador Antón Clavé
ISBN:978-84-691-1887-0/DL: T-347-2008

del turisme de masses tradicional[22]. Aquestes noves formes es basen en dos fenomens:

(1) *La demanda de noves experiències no-ordinàries.* Més enllà del caràcter extraordinari que el propi desplaçament turístic pot haver tingut tradicionalment i que, parcialment, encara es manté, la pròpia distinció entre l'ordinari i l'extraordinari i, especialment, entre experiències ordinàries i experiències extraordinàries, ha canviat radicalment. Aquest canvi és conseqüència, entre altres factors, de la presència universal dels mitjans de comunicació. Així, per exemple, experiències extraordinàries com la realitat virtual o la realitat escènica -p.e. la reconstrucció d'un ambient polinesi en un centre recreatiu turístic no necessàriament localitzat en aquest entorn o la reproducció escènica de determinades festes, costums o tradicions- se sumen a les expectatives de consum turístic que han pogut anticipar tradicionalment els potencials usuaris[23].

(2) *L'ampliació dels espais, recursos i atraccions susceptibles de ser objecte de la mirada turística.* Actualment tot tipus de espais -tant els de destinació turística com els industrials, els comercials, els urbans o els rurals- tendeixen a presentar-se com a potencials objectes de consum turístic i a ser usats com a tals[24]. La generalització dels objectes

---

22 John Urry, considera com a factors rellevants per a entendre la sociologia canviant de l'actual mirada turística els següents: "la tonalitat social dels diferents llocs; la globalització i universalització de la mirada turística; els processos de consum dels serveis turístics; els significats i signes turístics; el modernisme i el postmodernisme; la història, el patrimoni i les tradicions vernaculars; i el post-turisme i el joc" (Urry, 1990: 135).

23 Veure, per exemple, el sentit dels nous desenvolupaments a Quintana Roo en relació a la temàtica Maia (Daltabuit & Pi-Sunyer, 1990).

24 Destaca, en particular, la preferència -que també s'ha posat de manifest en un ventall molt més ampli de símbols i pràctiques culturals- per les atraccions i els espais reals o naturals. De fet ja l'any 1987 els dos aspectes més valorats a l'hora de triar on anar de vacances pels turistes europeus -per davant del cost de la vida (34%)- van ser la natura (56%) i el paisatge inexplotat (37%). D'altra banda, especialment durant les segones vacances, cada vegada més habituals i generalment de més curta durada, les destinacions fora de la costa -al camp, a la muntanya o a la ciutat- per part dels turistes dels països desenvolupats augmenten considerablement. Així, per exemple, només un 15% dels alemanys i un 19% dels holandesos, van anar l'any 1987 a la costa durant les seves segones vacances (Davidson, 1992). Segons que es desprèn de les pròpies preferències manifestades pels turistes, l'any 1990, mentre que només un 35% dels viatges de plaer dels europeus van ser de sol i platja, un 16% van ser de caràcter cultural, un 18% es van situar en el marc de l'ecoturisme i un 14% van ser esportius.

UNIVERSITAT ROVIRA I VIRGILI
DIFERENCIACIÓ I REESTRUCTURACIÓ DE L'ESPAI TURÍSTIC. PROCESSOS I TENDÈNCIES AL LITORAL DE TARRAGONA
Salvador Anton Clavé

ISBN:978-84-691-1887-0/DL: T-347-2008

susceptibles de consum turístic ha ocasionat, en darrer terme, una recent multiplicació de signes i de marques interpretables com a turístiques. En aquest sentit és de destacar que actualment tendeixen a ser els turistes dels grups socials dominants els que, a partir de la seva mirada, elaboren unes pràctiques que defineixen el contingut turístic de determinats espais i recursos.

El fonament d'aquest canvi, per a alguns autors, no és altre que el desenvolupament d'una mena de cosmopolitanisme que ha estat qualificat d'*estètic* (Urry, 1992) i que es pot caracteritzar per:

(1) conductes de mobilitat real o simulades segons les quals es pensa que una persona té el dret de viatjar a tot arreu i de consumir com a mínim inicialment tota mena d'ambients;

(2) curiositat per tota mena de llocs, pobles i cultures i una capacitat com a mínim rudimentària per a situar aquests llocs i cultures històricament, geogràficament i antropològicament;

(3) obertura cap a altres pobles i cultures i voluntat/capacitat d'apreciar alguns elements de llenguatge/cultura del lloc que s'està visitant;

(4) voluntat d'afrontar riscos anant més enllà de l'ambient turístic;

(5) capacitat de localitzar la pròpia societat i la seva cultura en termes d'un ampli coneixement històric i geogràfic i de meditar i jutjar estèticament sobre diferents natures, llocs i societats;

(6) una certa habilitat semiòtica per a interpretar signes turístics, per a veure que signifiquen o representen i fins i tot per a reconèixer quan són parcialment irònics i han de ser assumits fredament o d'una manera desinteressada.

En definitiva, en l'actualitat, les pràctiques turístiques estan ampliant el seu contingut afavorint la segmentació de productes i l'aparició de nous

UNIVERSITAT ROVIRA I VIRGILI
DIFERENCIACIÓ I REESTRUCTURACIÓ DE L'ESPAI TURÍSTIC. PROCESSOS I TENDÈNCIES AL LITORAL DE TARRAGONA
Salvador Antón Clavé
ISBN:978-84-691-1887-0/DL: T-347-2008

mercats[25], consolidant l'aparició d'ofertes escèniques, indiferenciant el consum turístic del consum cultural, revaloritzant aspectes com el coneixement i la solidaritat del grup i el reconeixement personal -fàcil d'identificar en la majoria dels viatges individuals i en el turisme cultural-, considerant el turisme com un joc o recuperant valors clàssics com l'educació -pròpia dels viatges del *Grand Tour*- o la salut -pròpia dels centres balnearis del segle passat-[26].

2. La creació de l'espai turístic

L'apartat de vacances de la secció d'anuncis del diari holandès *De Telegraaf* de 28 de juliol de 1990 incloïa, a part d'ofertes múltiples de Neckermann Reizen i Arke Reizen, 27 ofertes específiques -per part d'empreses o d'individus particulars- a Bèlgica i Luxemburg, 24 a Alemanya, 6 a Gran Bretanya i Irlanda, 71 a França, 15 a Grècia, 11 a Turquia, 6 a Hongria, 12 a Itàlia, 7 a Iugoslàvia, 15 a Austria, 3 a Escandinàvia, 68 a Espanya, 15 a Portugal, 7 a Suïssa, 1 a Malta, 9 a l'Europa de l'est, 1 a la Unió Soviètica, 2 a Xipre, 6 a Africa,

25 Entre les trenta destinacions principals que tenen taxes de creixement superior a la mitjana mundial entre 1980 i 1992 (4'28%) s'hi troben països com Xina (12'38%), Hong Kong (12'24%), Malàisia (9'27%), Singapur (6'16%), Tailàndia (8'9%), Marroc (10'79%), Tunísia (6'52%), Corea (10'49%), Macau (5'68%) i Indonèsia (15'80%). En relació als ingressos, fora d'Europa i dels EUA, els principals països són Singapur (2'07% mundial), Canadà (2'06%), Hong Kong (1'89%), Mèxic (1'63%), Austràlia (1'52%) i Tailàndia (1'46%). Llevat de Taiwan, tots els països asiàtics situats entre els 30 primers del món (Singapur, Hong Kong, Tailàndia, Japó, Corea, Xina, Indonèsia i Taiwan) creixen més del doble de la mitjana mundial (World Tourism Organization, 1993). Conegudes aquestes xifres pot ser convenient plantejar-se si el turisme no representa, al capdavall, l'element més elaborat del procés iniciat en el segle XV d'expansió d'occident en el món. Usant paraules de Claude Lévi-Strauss en un context per al qual no van ésser escrites, el turisme pot significar, des d'aquesta interpretació, la culminació del procés de transformació de les illes polinèsiques en porta-avions ancorats al fons dels mars del Sud; el contagi d'un aspecte malaltís a l'Asia sencera; la finalització de la corrupció de l'Africa a través de les *bidonvilles;* i la violació del candor de la selva americana o melanèsia abans, fins i tot, de poder-ne destruir la seva virginitat (Lévi-Strauss, 1969: 32).

26 Eulogi Bordas (1993) ha esquematitzat aquesta multiplicació de continguts -de vegades contradictoris- a través d'un model de caràcter dual que diferencia les pràctiques turístiques motivades pel consum de les pràctiques turístiques motivades per la voluntat de desenvolupar la personalitat. Aquest investigador anomena cadascuna d'aquestes tendències, respectivament, com a neoamericana (posa l'accent en la recerca d'elements lúdics en el més pur sentit de distracció) i renana o alemanya (posa l'accent en la recerca de la història i la cultura com a forma d'expressar, després de molts mesos de treballar, el dret que les persones tenen de fer vacances).

UNIVERSITAT ROVIRA I VIRGILI
DIFERENCIACIÓ I REESTRUCTURACIÓ DE L'ESPAI TURÍSTIC. PROCESSOS I TENDÈNCIES AL LITORAL DE TARRAGONA
L'espai del turisme
Salvador Anton Clavé
ISBN:978-84-691-1887-0/DL: T-347-2008

1 a Marroc, 5 a Israel, 8 a Egipte, 6 a Asia, 10 a Tailàndia, 10 a Austràlia, 14 als Estats Units d'Amèrica i Canada, 2 a Sud-Amèrica, 8 al Carib i 13 a altres indrets. Entre les espanyoles, a més d'ofertes de viatge d'Interbus, Busretours, Iberbus, Oadreizen, Euroclub, Eurorapide Busen, D-Reizen i Concordia Superbus, s'hi trobaven ofertes a Platja d'Aro, l'Estartit, Benidorm, Malgrat de Mar, Lloret de Mar, Blanes, Altea, Madrid, Mallorca, Salou, Dènia, Alacant, Ampuriabrava, Jàvea, Moraira, Vinaròs, Pineda de Mar, Costa Brava, Mar Menor i Costa Blanca.

L'existència d'aquest tipus d'ofertes no és un fenomen anormal en la premsa europea. Igualment podríem dir de la premsa espanyola, tant la d'àmbit general com la de caràcter regional. La presència d'aquests anuncis s'explica pel fet que el viatge i l'estada turística són, paral.lelament a molts altres productes de consum cultural com l'esport professional, la música, el menjar, les pel.lícules, la televisió o l'art, un producte representatiu de la cultura de consum dominant. D'aquí la seva massiva presència en els mitjans de comunicació.

Institucions socials com les empreses i les administracions es dediquen a la seva producció, comercialització i regulació i faciliten, al capdavall, la consecució de les experiències que els turistes han anticipat. Els viatges i els espais turístics són, des d'aquesta perspectiva, un producte de consum que, com altres béns, en principi superflus, permeten adquirir una manera de viure, posar de manifest un determinat gust o demostrar la possessió d'un determinat "capital cultural". Tal com diu Urry, "si la gent no viatja, perd estatus." Necessitar unes vacances és la conseqüència segura del discurs modern que es fonamenta en la idea que la salut física i mental dels individus només es poden restaurar si aquests individus "marxen" de tant en tant (Urry, 1990: 5).

Les institucions socials impulsen una constant recerca de novetat i experiències alternatives que afaisonen les motivacions i els gustos dels turistes i que animen la col.lecció de significants que provin l'estatut social significat per l'experiència turística. Consumint espais turístics, en tant que productes culturals, els turistes adquireixen qualitats intangibles que els allunyen de la seva vida quotidiana. Adquireixen, de forma estrictament superficial, una imatge que sintetitza la imatge que volen per a ells mateixos. Els béns tangibles (records, guies, fotografies, etc.) que consumeixen proven la seva experiència turística i recreativa. La creació d'espais específics de consum recreatiu i turístic i la seva

UNIVERSITAT ROVIRA I VIRGILI
DIFERENCIACIÓ I REESTRUCTURACIÓ DE L'ESPAI TURÍSTIC. PROCESSOS I TENDÈNCIES AL LITORAL DE TARRAGONA
Salvador Antón Clavé
ISBN:978-84-691-1887-0/DL: T-347-2008

comercialització massiva són, en aquest context, un element indispensable de la societat contemporània.

Les diferències entre segments de turistes i experiències turístiques se situen en els continguts específics dels productes adquirits o consumits, de les experiències buscades o del plaer aconseguit. La qualitat del consum, doncs, s'associa a la diferenciació social. La internacionalització i generalització del turisme ha especialitzat els diferents llocs i ha fet emergir una divisió internacional de llocs turístics durant les darreres dècades. A més, la recent tendència -a llarg termini- que ha portat a diferenciar progressivament -en la societat occidental- l'indiviu del grup i que ha anat restant força a la idea del consum de masses ha facilitat aquesta diferenciació.

El procés, un cop més, ha estat conduït per les institucions socials -empreses i administracions- que han determinat -per a cada grup social i per a cada individu- què ha de ser vist, com s'ha de veure i quin ha de ser el seu comportament durant l'experiència turística. Tant és així que, per exemple, per tal de superar la imatge massificada associada a la pròpia experiència turística moderna, actualment la indústria turística està fonamentant el seu atractiu -de cara a determinats segments de demanda- en l'explotació d'un menyspreu paradoxal del propi turista i de la pròpia experiència turística. Fomentant la imatge d'experiències cada cop més pretesament singulars i autèntiques, el discurs de promoció turística s'ha tornat antiturístic (Urbain, 1993: 108-109). L'important és, al capdavall, motivar el turista i crear distinció.

2.1. La conquesta del viatge

Amb l'alliberament d'una part del temps i la progressiva democratització del turisme, el turista ha conquerit el viatge. Tal com expressa Jean Didier Urbain, amb el progrés de la història, el viatger tradicional ha vist com el turista s'ha situat en el centre del món[27]. Dues han estat les maneres a través de les quals el

[27] Eduardo Martínez de Pisón (1984) fa una precisa i documentada aproximació a la idea romàntica del viatge a través de l'anàlisi d'alguns dels seus principals relats agrupats en cicles. En el mateix número de la revista *Estudios Turísticos*, Antonio Morales (1984) revisa els continguts dels viatges dels il.lustrats espanyols per la península i el seu interès econòmic, científico-naturalista, artístic,

UNIVERSITAT ROVIRA I VIRGILI
DIFERENCIACIÓ I REESTRUCTURACIÓ DE L'ESPAI TURÍSTIC. PROCESSOS I TENDÈNCIES AL LITORAL DE TARRAGONA
Salvador Anton Clavé
ISBN:978-84-691-1887-0/DL: T-347-2008

turista ha conquerit el viatge. A través de la seva transformació ritual -l'itinerari turístic- i a través de la seva instrumentalització funcional -l'estada vacacional-. Així, "avanguarda que va ser d'una civilització, [actualment] el viatger no és més que l'avantguarda d'una indústria" (Urbain, 1993: 89).

El viatge s'ha transformat ritualment perquè, malgrat la seva voluntat, el viatger sap que els confins del món ja no existeixen. Tal com diu Lévi-Strauss "tant si és a l'India com a Amèrica, el viatger modern se sent menys sorprès del que reconeix. Escollint objectius i itineraris, hom es concedeix, més que res, la llibertat de preferir tal data de penetració, tal ritme d'envaïment de la civilització mecànica a tals altres. La recerca d'exotisme es redueix a la col.lecció d'estats anticipats o endarrerits d'un densenvolupament familiar. El viatger esdevé un antiquari, constret per la manca d'objectes a abandonar la seva galeria d'art negre, per conformar-se amb records envellits, comprats en el curs de les seves passejades pels encants de la terra habitada" (Lévi-Strauss, 1969: 80). L'única distinció és la manera de viatjar.

A més a més, apropiant-se de les coordenades mítiques del viatge a través, fonamentalment, de la publicitat, el turista ha robat el viatge al viatger[28]. La seva experiència, organitzada per tal d'evitar el contacte real amb l'altre, és segura per causa de la indústria. Ha estat la indústria, sorprenentment poc definida, la força motriu que ha organitzat una perifèria de plaer -en paraules de Turner i Ash- a partir dels camins que van obrir els viatgers dels segles XVIII i XIX. Empreses, les turístiques, que, en paraules d'aquests mateixos investigadors "reforcen l'instintiu desig de l'ésser humà d'apartar-se de la pol.lució i l'alienació que generen les nostres societats industrialitzades i urbanitzades al temps que s'encarreguen de proporcionar els mitjans necessaris per a posar en pràctica el compliments d'aquests somnis" (Turner & Ash, 1991: 15).

Ara bé, vist en positiu, quan Thomas Cook, a la segona meitat del segle XIX desenvolupa la seva *indústria culpable* -en paraules d'Urbain- no fa res

---

històrico-arqueològic, literàrio-sociològic i polític.

[28] El turista reviu teatralment, a una escala i amb uns continguts pre-establerts "el moment crucial del pensament humà en què, gràcies a les grans descobertes, una humanitat que es creia completa i acabada rep de cop, com una contrarevelació, l'anunci que no estava sola" (Lévi-Strauss, 1969: 336).

UNIVERSITAT ROVIRA I VIRGILI
DIFERENCIACIÓ I REESTRUCTURACIÓ DE L'ESPAI TURÍSTIC. PROCESSOS I TENDÈNCIES AL LITORAL DE TARRAGONA
Salvador Antón Clavé
ISBN:978-84-691-1887-0/DL: T-347-2008

més que col.laborar a la fi d'un privilegi (1993: 80). El turisme deixa de ser un vedat per a una classe i esdevé una indústria. A partir d'aleshores, el viatge guanya en confort però també es redueix el paper del turista en la presa de decisions. A partir d'aleshores és improbable que el turista experimenti alguna incomoditat, però també és cert que és poc probable que arribi a "contactar en realitat amb el país que ha acudit a visitar" (Turner & Ash, 1991: 85-86)[29].

Per altra banda el turista també instrumentalitza el viatge. Més enllà de la seva mercantilització, la necessària mobilitat que s'ha associat al lleure, ha ocasionat el desenvolupament de realitats vacacionals més o menys sedentàries i més o menys complexes. Ja en temps del Grand Tour comencen a aparèixer, primer en els països d'origen dels europeus del nord i de l'oest i posteriorment als països mediterranis -en la pròpia perifèria de les respectives metròpolis- llocs on la gent s'aplega per a entretenir-se. Llocs sovint vinculats a pràctiques curatives on, com es demostra, per exemple, en el cas alacantí, per citar un exemple mediterrani, la motivació terapèutica es converteix en un pretext per a convertir els centres de repòs i salut en estacions recreatives (Vera, 1987: 48)[30].

---

[29] En aquest sentit, per exemple, Boorstin (1964) considera que "el turista busca la caricatura". Segons ell, al turista rarament li agraden els fets i els articles autèntics, productes d'una cultura que, per a ell és estranya i incomprensible (citat a Urbain: 1993: 97). MacCannell, en canvi, és del parer que "el turista és una mena de pel.legrí contemporani a la recerca de l'autenticitat en altres *temps* i en altres *llocs* diferents dels de la vida diària" (citat a Urry, 1990: 8). Cada postura representa una concepció diferent de l'experiència turística. Ara bé, la pràctica real del turisme de masses, que, òbviament, transforma la vida de les poblacions locals, les apropa mínimament. De fet, els turistes solen experimentar les cultures alienes a través de filtres socials i comercials (Shaw & Williams, 1994: 185). En qualsevol cas, es tracta d'una autenticitat escènica. Potser la distància -en termes d'autenticitat- que separa el turista del viatger decimonònic. Aquesta és però, una qüestió discutida. De fet, sigui autèntica o no, tradicionalment el que cerca el turista és una experiència que l'allunyi de la vida ordinària. Una experiència suficientment marcada per a identificar-la com a turística. Una experiència que es pot limitar a veure un objecte o indret singular com la Torre Eiffel; un signe particular com un castell càtar; una representació d'aspectes ordinaris que es reconeixen com a estranys com per exemple un museu de tradicions de la vida rural; moments quotidians de la vida social d'altres pobles com per exemple els mercats fluvials del Vietnam; la realització de tasques o activitats en entorns no habituals com ho seria jugar a golf a St. Andrews; o altres signes que indiquin el caràcter extraordinari de l'experiència (Urry, 1990: 11-12).

[30] Es prou significatiu, en aquest sentit, que un personatge literari i periodístic com Josep Pla situï la creació de l'estiueig a Catalunya a Caldetes, al Maresme. "Hi anava gent de diners -diu l'escriptor-". I afegeix: "La burgesia del nostre país ha tingut dos monopolis: la intel.ligència de les seves criatures i les aigües saludables. La perllongació del ferrocarril fins a Arenys fou un imperatiu de la gent de diners interessada en les aigües de Caldes d'Estrac" (Pla, 1968: 194). La connexió per ferrocarril entre Granollers i Caldes de Montbui obeeix estrictament a aquesta mateixa finalitat.

UNIVERSITAT ROVIRA I VIRGILI
DIFERENCIACIÓ I REESTRUCTURACIÓ DE L'ESPAI TURÍSTIC. PROCESSOS I TENDÈNCIES AL LITORAL DE TARRAGONA
Salvador Anton Clavé
ISBN:978-84-691-1887-0/DL: T-347-2008

A partir d'aquesta instrumentalització, el viatge s'ha convertit en desplaçament. D'aquesta manera el sedentarisme vacacional, àvid de formes manufacturades de contacte -amb altres turistes o amb representacions adaptades de la realitat no necessàriament autèntiques com les que recerca el viatger- superen el nomadisme aculturador. Conquesta que ha convertit el viatge en una pràctica habitual de milions de persones dels països desenvolupats[31] i ha ocasionat la creació de centres específics de consum turístic, les ciutats turístiques.

Des d'aquesta perspectiva, determinats llocs -les ciutats turístiques o llocs de destinació turística- són incorporats com a tals en l'imaginari simbòlic del turisme i en les referències culturals de la societat. El procés de reconeixement i de comercialització d'aquests espais i dels seus recursos es fa a través de mecanismes institucionals -públics o privats- com la legislació, la regulació i la reproducció. A partir de la seva identificació com a tals, el turista pot localitzar-los i anticipar la seva experiència. Es a través d'aquest procés de reconeixement institucional que un determinat espai s'incorpora al sistema de producció turístic. Aquesta incorporació implica una conversió de recursos i una creació de productes, és a dir, implica la inclusió de recursos, en tant que béns patrimonials, generalment públics, al propi producte turístic -platges, monuments històrics, espais naturals-; i la creació d'atraccions a manera de productes turístics específics -parcs temàtics, creuers-. Es d'aquesta manera com, tradicionalment, la indústria ha dotat de sentit determinats espais.

---

31 Les estadístiques referides als fluxes turístics mundials -tot i els coneguts problemes d'elaboració que comporten i, per tant, la seva discutible i discutida fiabilitat- indiquen que, encara que ha disminuït en gairebé un punt la seva taxa de participació en relació al 1980, l'any 1992 la despesa turística internacional dels països europeus representava més del 56% de la mundial. D'aquest percentatge, 32 punts corresponien a Alemanya, Itàlia, Gran Bretanya i França. Els Estats Units d'Amèrica sumaven el 16% i el Japó el 10%. La desigualtat es palesa fins i tot pel que fa a l'arribada de turistes internacionals i als ingressos percebuts per aquest concepte. L'any 1992 Europa aplega el 60'46% de les arribades i els EUA gairebé el 10%. Pel que fa als ingressos, els cinc principals països europeus segons aquest concepte -França, Espanya, Itàlia, Austria i Gran Bretanya- ingressen prop del 33% del total mundial. El conjunt d'Europa supera el 56%. Els EUA s'acosten al 18%. Sintetitzant, mentre el 80% dels fluxes turístics mundials es realitzen a l'interior dels països europeus, Nord-Amèrica i Japó -el centre-, només el 5% es realiza a l'interior de la resta de països mundials -la perifèria-. El 15% restant es distribueix en un 10% que va des del centre a la perifèria i en un 5% que va des de la perifèria al centre. En aquest context pot resultar anecdòtic el fet que el creixement europeu entre 1980 i 1992 se situï *només* en el 8'45%, quatre punts per sota del creixement mitjà de la resta del món, que és del 12'09% (World Tourism Organization, 1993).

UNIVERSITAT ROVIRA I VIRGILI
DIFERENCIACIÓ I REESTRUCTURACIÓ DE L'ESPAI TURÍSTIC. PROCESSOS I TENDÈNCIES AL LITORAL DE TARRAGONA
Salvador Antón Clavé
ISBN:978-84-691-1887-0/DL: T-347-2008

Aquesta doble conquesta només ha estat possible gràcies a un relativament elevat nombre de condicions externes: els canvis tecnològics que han facilitat l'abaratiment de tarifes aèries o els sistemes de reserva computeritzats; la concentració de capital en determinats grups hotelers, agències de viatges i organitzacions financeres; la generalització d'experiències basades en la recol.lecció de llocs, malgrat que només siguin vistos superficialment i inautènticament; o la consideració del turisme com un important factor de desenvolupament. En aquests moments, a més a més, importants canvis estan afectant la indústria del viatge i, de retop, la dinàmica turística (Urry, 1990: 49-50):

(1) els paquets turístics faciliten les vacances en destinacions més llunyanes als mercats de masses;

(2) els consumidors poden accedir a paquets molt més flexibles ('Free and Independent Travel' o FIT);

(3) amb la formació del mercat únic a Europa, els operadors turístics han d'actuar en un context més competitiu i menys concentrat;

(4) l'adopció de noves tecnologies facilita els grans problemes informatius i comunicatius;

(5) l'increment de temps lliure per part de la població i la recerca de formes de lleure menys estandaritzades per part dels turistes força als operadors a desenvolupar noves formes de viatge.

2.2. La urbanització del lleure

Segons Lefebvre (1976), a partir de l'assumpció que en el sistema productiu industrial els períodes recreatius són funcionalment necessaris per a la reconstitució del capital humà, es pot distingir una jerarquia d'espais de vacances en funció del tipus de reconstitució i evasió que proporcionen, de les classes i grups socials que els usen, dels tipus de capital i de relacions que

UNIVERSITAT ROVIRA I VIRGILI
DIFERENCIACIÓ I REESTRUCTURACIÓ DE L'ESPAI TURÍSTIC. PROCESSOS I TENDÈNCIES AL LITORAL DE TARRAGONA
L'espai del turisme
Salvador Antón Clavé
ISBN:978-84-691-1887-0/DL: T-347-2008

s'associen a la seva construcció i manteniment i de les seves característiques físiques i el seu simbolisme. Al capdavall, tal com s'ha vist, recrear-se és una activitat -com treballar, residir o circular- condicionada per les relacions de producció imperants (Gasch, 1973: 235)

A partir de l'aprofitament dels drets d'explotació de determinades atraccions o recursos (edificis, boscos, etc.) o, quan l'atracció o el recurs no pot ser apropiat privadament, de la seva inclusió en l'experiència turística proposada, la constitució d'espais turístics proporciona l'oportunitat de generar rendes a través de la urbanització turística. Així, segons Mullins, la urbanització turística fa referència als processos pels quals s'han desenvolupat àrees urbanes amb la finalitat fonamental de produir, vendre i consumir béns i serveis que produeixen plaer a residents temporals (Mullins, 1992: 187). Simbòlicament aquests espais solen ser considerats *extraordinaris* per part dels seus usuaris[32].

En un context de producció industrial, de creixement de rendes i de millora tècnica, la difusió d'aquest punt de vista entre tot el cos social i el convenciment de la necessitat de fer vacances són els motius que provoquen la multiplicació de centres turístics de platja en tots els espais banyats pel sol situats a la perifèria de les principals concentracions urbanes i industrials del món. A Europa, aquest fenomen condueix a l'aparició de nombrosos centres turístics al voltant de la Mediterrània o a la seva revitalització com a tals. Aquest és el cas de França, Espanya, Itàlia i, més tard, Grècia, l'antiga Iugoslàvia, el nord d'Africa i Turquia.

Segons Daniel Clary, es manifesten tres tendències en l'evolució de les formes d'aquests centres turístics urbans: (1) la linealitat, (2) l'atac als espais naturals sensibles i (3) el replegament anàrquic cap a l'interior. A més, l'explosió de les vacances ha fet degenerar -sovint per absència de planificació, però també en els casos en què hi ha hagut ordenaments precisos-les formes originals de la urbanització turística. Així, per exemple, l'hoteleria -que era un element essencial

32 En el segle XIX el desenvolupament de nuclis turístics de costa es fonamenta en les presumibles qualitats sanitàries del bany. Tot i les noves tendències que s'observen a les costes franceses entre les classes més elitistes -especialment a Cannes o a Biarritz- ja durant els anys 20, no ha estat, de fet, fins després de la segona guerra mundial que el sol ha estat valorat com a recurs fonamental de forma generalitzada. El motiu d'aquesta valoració és que proporciona una imatge saludable i, més important encara, que els seus efectes -sobre el cos i mentre es dóna el bany de sol- produeixen atractiu sexual.

UNIVERSITAT ROVIRA I VIRGILI
DIFERENCIACIÓ I REESTRUCTURACIÓ DE L'ESPAI TURÍSTIC. PROCESSOS I TENDÈNCIES AL LITORAL DE TARRAGONA
Salvador Antón Clavé
ISBN:978-84-691-1887-0/DL: T-347-2008

del turisme litoral de pre-guerra, imatge de marca, factor d'animació i element simbòlic de l'espai turístic- s'ha convertit en una part mínima de les aglomeracions urbano-turístiques en benefici de la urbanització residencial. L'exigència d'un major confort, l'augment de les càrregues socials, la voluntat d'independència dels clients i la pròpia generalització auto-reforçant del fenomen de la residència secundària en són algunes de les causes (Clary, 1993: 136).

Qüestions com la *tonalitat social* dels diferents nuclis turístics o, més precisament encara, l'aparició de corredors o entorns peri-turístics amb una imatge menys qualificada al voltant dels nuclis consilidats i prestigiats són elements que han ocasionat, en determinats llocs, l'estancament i el declivi de la distinció dels centres turístics tradicionals[33]. Les transformacions socials i econòmiques que s'han operat recentment -i que també han estat associades, per determinats autors, al post-modernisme- han ocasionat, paral.lelament, que els centres litorals tradicionals estiguin en competència amb altres destinacions menys tradicionals. Aquest és un fenomen directament connectat amb la creixent diversitat i pluralisme de la cultura contemporània que implica que els centres turístics tradicionals no siguin necessàriament els únics centres de producció d'imatgeria significativa en temes de recreació i turisme. Ocasiona, en conseqüència, nivells majors de competència entre espais turístics i espais que volen aprofitar-se de l'aparició de les noves tendències de consum recreatiu que s'han vingut a denominar post-turístiques.

L'explicació d'aquest fenomen de canvi -que no ha tret als centres turístics la seva qualitat de màxims exponents de la cultura de consum- ha de tenir en compte també els processos socials pels quals es construeix i es consumeix el lleure a les societats occidentals. Així, per exemple, a més, de l'excepcional internacionalització de la indústria turística i el creixement i abaratiment dels paquets turístics, especialment cap a destinacions cada cop més llunyanes; en relació al turisme i als nuclis turístics litorals es poden proposar, entre altres, les següents raons per a explicar la seva evolució recent (Baugguley et al, 1990: 80-82):

---

[33] Aquest fenomen s'ha donat d'una manera accentuada i accelerada en els centres turístics litorals nord-europeus, abandonats en bona mesura per la seva demanda tradicional a partir que les possibilitats tècniques i econòmiques han facilitat l'accés a perifèries més llunyanes i més satisfactòries en relació a les experiències anticipades -motivades, en molts casos, per la pròpia indústria-.

UNIVERSITAT ROVIRA I VIRGILI
DIFERENCIACIÓ I REESTRUCTURACIÓ DE L'ESPAI TURÍSTIC. PROCESSOS I TENDÈNCIES AL LITORAL DE TARRAGONA
L'espai del turisme
Salvador Anton Clavé
ISBN:978-84-691-1887-0/DL: T-347-2008

(1) el ràpid desenvolupament de nous indrets a visitar fora dels nuclis turístics tradicionals, especialment ciutats històriques o industrials i espais d'interès natural i paisatgístic;

(2) el creixement de noves formes de turisme com *short breaks* i *day trips*, molt més associades a altres tipus de visites de caràcter cultural i històric;

(3) els processos demogràfics i sociològics com la reducció de la població obrera; la minva del creixement de les grans conurbacions; el desplaçament de la població cap a zones residencials amb major qualitat de vida; el decreixement de la proporció de població que viu en famílies convencionals; la creixent importància del grup enfront a la família a l'hora d'efectuar activitats recreatives; i la importància del cotxe en molts dels desplaçaments.

Dos altres factors faciliten una major generalització a l'hora de resituar les ciutats turístiques en el marc de les pràctiques de consum cultural i turístic contemporànies. En concret:

(1) *La pèrdua del caràcter distintiu -extraordinari- de part dels centres turístics tradicionals*: tradicionalment la població s'havia acostumat a anar als centres turístics a buscar serveis específicament organitzats per a la producció de plaer i, en especial, amb l'expectativa de trobar una important concentració d'aquesta mena de serveis. Tanmateix, actualment hi pot haver nuclis turístics que no tinguin més serveis recreatius que les pròpies ciutats emisores de turistes. Les ciutats contemporànies s'han transformat a través del desenvolupament de centres i equipaments recreatius, culturals i comercials; de la reconstrucció de nuclis històrics i edificis o instal.lacions singulars i de la reconversió de zones industrials o residencials degradades per a altres usos (vegi's, per exemple el cas de Barcelona). Així, en una societat post-industrial, les ciutats ja no són únicament els centres de residència i de treball i poden ser també centres de lleure per als seus

UNIVERSITAT ROVIRA I VIRGILI
DIFERENCIACIÓ I REESTRUCTURACIÓ DE L'ESPAI TURÍSTIC. PROCESSOS I TENDÈNCIES AL LITORAL DE TARRAGONA
Salvador Antón Clavé
ISBN:978-84-691-1887-0/DL: T-347-2008

propis residents[34]. Aquesta circumstància, a més a més, trenca les tradicionals relacions centre-perifèria que sovint s'han associat -a escales molt diferents- a les pràctiques turístiques.

(2) *L'aparició d'una manera alternativa de construcció de la mirada turística*: la concentració de gent en els nuclis turístics moderns, tradicional factor d'atracció, pot haver estat, en el context de canvi descrit -social, econòmic i de valors culturals-, un factor de desinterès per a determinats grups socials. Tanmateix, aquesta és una valoració que s'ha de matisar. El problema pot ser menys de congestió, a l'estil de Mishan (1989), que de percepció, de consideració d'estatus i d'ampliació dels continguts susceptibles de ser vistos pels turistes arran de l'aparició de nous gustos socialment preferibles. De fet, tradicionalment, el turisme de masses -que ha construït la seva mirada turística col.lectivament- ha necessitat de quantitats importants de persones per a satisfer les seves expectatives. Ara bé, quan la construcció de la mirada turística s'individualitza pot ser que l'aglomeració no vagi associada a una experiència plaent. Des d'aquesta perspectiva, la pèrdua d'interès dels centres tradicionals correspondria a una forma diferent de construcció de la mirada turística enfront de la majoritària, de caràcter col.lectiu.

En qualsevol cas, de cara als espais turístics consolidats i a les empreses localitzades en ells, aquestes tendències al canvi obliguen a superar la inclusió de l'activitat turística en el marc d'una *economia de recolecció* i plantejar, tenint en compte que la dinàmica de la demanda és més selectiva, estratègies concretes de gestió de l'espai, és a dir, una *economia de producció* (Clary, 1993; Michaud, 1992). El motiu és que el turista comença a triar. Té on triar. No ja en relació a un o altre espai turístic sinó en relació a quin tipus d'experiència i, per tant, en relació a quin tipus d'espai. En aquest context, l'ordenació espacial és -segons

[34] A Anglaterra, per exemple, s'ha observat que, a causa de l'emergència d'aquests nous espais d'interès turístic -per exemple carrers, edificis i instal.lacions històriques recents, algunes d'elles provinents del passat industrial més proper i, en moltes ocasions, evocadors de nostàlgia-, els espais turístics tradicionals han esdevingut cada vegada menys populars. Es clar que en aquest cas s'ha de considerar també que, bona part de la capacitat d'atracció d'aquests centres -molts d'ells creacions del segle XIX- s'ha vist afeblida per la directa competència que representen els nuclis turístics de les costes mediterrànies.

UNIVERSITAT ROVIRA I VIRGILI
DIFERENCIACIÓ I REESTRUCTURACIÓ DE L'ESPAI TURÍSTIC. PROCESSOS I TENDÈNCIES AL LITORAL DE TARRAGONA
L'espai del turisme
Salvador Antón Clavé
ISBN:978-84-691-1887-0/DL: T-347-2008

Clary-la clau per a organitzar les ciutats turístiques, és a dir, de les ciutats promogudes estrictament per al consum i per a la distinció[35].

3. L'aportació del turisme al desenvolupament

D'una manera marginal respecte a les principals ortodoxies interpretatives, la utilització del concepte de desenvolupament econòmic per a descriure els efectes del turisme en els espais de destinació és antiga. En termes generals és, però, superficial. Així, Muñoz de Escalona (1992: 34) considera que no és gaire el que s'ha avençat des que l'economista austriac Herman von Schullern va considerar l'any 1911 l'existència de dues postures contraposades i amb diferent pes entre els estudiosos del turisme. Segons von Schullern la postura dominant és la que consisteix en considerar el turisme com "una font de riquesa i, per tant, de creixent benestar per a aquells països cap als quals s'adreça". Una segona postura la representen les "escasses veus que gosen a destacar els aspectes ombrívols del turisme" -entre aquests aspectes hi ha l'augment del cost de la vida per a la població resident i certs aspectes relacionats amb la moral i els costums-. Dit d'una altra manera, atesa aquesta relació de forces, ideològicament el turisme es configura, ja des d'un bon principi, com una activitat apropiada per a apoderar-se del mite del progrés, per a progressar.

Ara bé, la clau de volta d'aquesta controvèrsia se situa en el fet que no hi ha acord general sobre el contingut del concepte de desenvolupament. Així, mentre que tradicionalment s'ha interpretat com l'augment sostingut del valor de la producció d'una societat per damunt de l'increment de la seva població, a partir dels anys setanta han aparegut noves definicions que han incorporat al concepte continguts de caràcter polític i social[36]. Cal tenir en compte que els

---

35 De fet, la pregunta a fer-se és si la generació nascuda a l'era de la televisió i dels ordinadors pot fer canviar la frontera del lleure (Jones, 1986: 2).

36 En aquesta línia, per exemple, la Comisión Económica para América Latina (C.E.P.A.L.) inclou els següents objectius en la seva concepció del desenvolupament: créixer, millorar la distribució de l'ingrés, consolidar els processos democratitzadors, adquirir més autonomia, crear condicions que aturin el deteriorament ambiental i millorar la qualitat de vida de la població.

UNIVERSITAT ROVIRA I VIRGILI
DIFERENCIACIÓ I REESTRUCTURACIÓ DE L'ESPAI TURÍSTIC. PROCESSOS I TENDÈNCIES AL LITORAL DE TARRAGONA
Salvador Antón Clavé
ISBN:978-84-691-1887-0/DL: T-347-2008

continguts que s'han associat al concepte durant les diverses etapes del pensament econòmic i social parteixen de les pròpies condicions de les societats que els han generat. De fet, en el millor dels casos, cada època i cada societat ha tingut i té el seu propi concepte de desenvolupament. Martínez Alier (1984: 8) és prou explícit en aquest sentit quan sosté que, per a l'estudi de l'ús dels recursos per part de les societats humanes, "no cal estudiar teoria econòmica sinó contestar a aquestes preguntes: ¿quines creences han existit sobre el *progrés tècnic*? ¿En quines interpretacions de la història de la ciència i de la tecnologia es basaven? ¿Què ens poden dir els sociòlegs i els historiadors sobre l'evolució de les actituds ètiques de diverses societats i grups socials pel que fa al *descompte de futur*?[37]"

Idees com les d'evolució i progrés fonamenten, en el pensament occidental, conceptes com -tot i les diferències notables que hi ha entre ells (Carmagnani, 1988)- els de desenvolupament i creixement[38]. De fet, autors moderns com Turgot o Adam Smith postulen ja d'una manera formalitzada la creença en una millora definitiva i indefinida de la humanitat cap a la perfecció. Tal com diu Nisbet (1981: 245) "els evidents avenços en els coneixements humans i el domini de l'home sobre el món natural testimoniaven la realitat del progrés". Directament o indirectament, el problema del desenvolupament econòmic[39] -i amb ell, la qüestió del creixement-representa el principal objecte

[37] Aquests continguts han definit pràctiques polítiques específiques i -en paraules de Santos (1990: 211)- han condicionat els processos de construcció de l'espai heretat de les generacions precedents.

[38] La configuració de la idea moderna de progrés no es pot separar del fet -transcendental per als europeus- de la descoberta d'Amèrica. Aquest esdeveniment facilita, a partir de la comparació entre la senzillesa de la vida indígena americana i la complexitat de la societat comercial de l'època, la formació d'un incipient pensament de caràcter evolutiu. Són insignes representants d'aquesta tendència -un cop ja comença a tenir cos- autors com Locke, que a *Two treatises on governement*, publicada l'any 1690, obre la porta a la idea d'una seqüència o successió ordenada dels diferents modes de subsistència pels quals han passat les societats a través del temps, i Vico, que a la *Scienza Nuova*, publicada l'any 1725, recull les influències dels tractadistes del dret natural i de les obres etnogràfiques sobre cultures no occidentals dels jesuïtes espanyols i portuguesos -amb els que havia estudiat a Nàpols- per a expressar aquesta mateixa idea. Més endavant, la idea de progrés s'associa durant aquest període a la noció de llibertat. Els pensadors sostenen que per a que se segueixin produint avenços cal suprimir de la manera més absolutament possible tots els impediments que limiten la llibertat de pensar, treballar i crear. Per a ells el criteri de progrés ve donat pel grau de llibertat de què gaudeix cada poble i cada nació. De fet, darrera d'aquesta idea hi ha una concepció ideològica que impulsa i justifica l'arribada al poder d'una burgesia que fins aleshores -segle XVIII- n'havia estat al marge. A partir d'aquest moment, atès que la història és progrés, el progrés es converteix -per a la nova classe social dominant- en necessitat. Paral.lelament, l'optimisme social s'apodera del pensament.

[39] Segons Martínez Alier (1984: 5), ha estat a conseqüència d'aquest interès pel desenvolupament -que

UNIVERSITAT ROVIRA I VIRGILI
DIFERENCIACIÓ I REESTRUCTURACIÓ DE L'ESPAI TURÍSTIC. PROCESSOS I TENDÈNCIES AL LITORAL DE TARRAGONA
Salvador Antón Clavé
ISBN:978-84-691-1887-0/DL: T-347-2008

d'estudi d'economistes clàssics com el ja citat Smith, i també, més tard, d'autors com Marx o Schumpeter (Sylos Labini, 1988)[40]. Paral.lelament, tal com es veurà en aquest apartat, s'incorpora, ja en el segle XX, en els principals corrents de pensament sobre el desenvolupament espacial.

Tanmateix, malgrat l'evidència, a partir dels anys cinquanta, que les activitats turístiques estructuren relacions econòmiques i socials que poden facilitar el desenvolupament, per norma general les teories clàssiques formulades durant aquesta època[41] vinculen gairebé exclusivament el desenvolupament econòmic a la industrialització[42]. Tant és així que, tal com apunten alguns

---

també es troba en altres autors com Keynes- que s'ha deixat tradicionalment de banda una segona qüestió com és la de la distribució dels recursos dins de cada país i internacionalment.

40 Ja en el segle XX, les idees de desenvolupament i de creixement, connotades amb clars continguts polítics i concretades en pràctiques específiques en el món occidental desenvolupat, han passat a fonamentar també el corpus conceptual dels grups dirigents del Tercer Món i a afectar, d'aquesta manera, el pensament i l'acció de tots els habitants del planeta. La constatació del fet que a partir de la segona guerra mundial el creixement continuu dels països industrialitzats beneficia fins i tot als obrers converteix el desenvolupament en dogma. La crisi del 1973 dóna un cop d'atenció. Més tard, a la vista dels innombrables naufragis que el desenvolupament ha ocasionat -els pobres del món desenvolupat, les minories ètniques i els països subdesenvolupats- s'arriba a plantejar si, més que desenvolupament alternatiu -que només té d'alternatiu el seu punt de partida-, existeix alternativa al desenvolupament (veure Latouche, 1993).

41 Durant les dècades dels anys cinquanta i dels anys seixanta i fins a l'inici de la crisi econòmica dels anys 1973 i 1974 -és a dir, durant l'etapa inicial d'expansió del turisme de masses internacional- les aportacions teòriques sobre el tema del desenvolupament es multipliquen. En són precedents immediats els primers teòrics de l'economia regional, especialment Christaller (1933) i Lösch (1940), en el seu intent d'explicar per què s'estableixen jerarquies entre les concentracions humanes en termes de grandària, d'oferta de serveis o de renda. A través de les seves reflexions aquests dos investigadors posen les bases d'un esquema estructuralista de caràcter desigual que, a més d'inspirar formes de gestió del territori funcionalistes, precedeixen les diverses variants de la teoria del desenvolupament desigual que entren en escena a partir dels anys seixanta, des del model centre-perifèria proposat per Friedmann (1966) fins a la teoria de la dependència representada, entre altres, per André Gunder Frank (1966; veure Frank, 1971). Segons Benko i Lipietz (1992) avancen ja l'esquema de l'economia-món proposat posteriorment per Wallerstein (1974) i Braudel (1979). El contingut d'aquest esquema es pot simplificar amb una sola afirmació: l'èxit d'algunes aglomeracions (els centres) descansa sobre la mediocritat de les perifèries.

42 Les polítiques practicades fins a la crisi econòmica atorguen també la seva màxima atenció al sector industrial. Pel que fa a les polítiques regionals dels països d'Europa, segons J.R. Cuadrado (188: 69-70), des dels anys cinquanta fins als anys setanta es fonamenten en dos tipus de problemes: (1) la persistència a l'interior dels països de regions o àrees econòmicament retrasades i (2) l'existència de regions mineres o de vella industrialització en crisi. Ambdós problemes es resumeixen en un de sol: l'existència de desequilibris. En el seu nivell bàsic aquestes polítiques es justifiquen i orienten, generalment, d'acord amb principis de caràcter redistributiu o com a polítiques de compensació. Dos són els trets que les caracteritzen: l'escassa vinculació entre les estratègies utilitzades i les teories i models interpretatius i l'enorme varietat d'instruments que s'implementaven (en relació a aquesta darrera

UNIVERSITAT ROVIRA I VIRGILI
DIFERENCIACIÓ I REESTRUCTURACIÓ DE L'ESPAI TURÍSTIC. PROCESSOS I TENDÈNCIES AL LITORAL DE TARRAGONA
Salvador Antón Clavé
ISBN:978-84-691-1887-0/DL: T-347-2008

investigadors, fins dates ben recents el turisme ha estat una activitat negligida -tant des del punt de vista teòric i empíric com des del punt de vista de la política econòmica- en tant que activitat estimuladora de processos de desenvolupament (Williams & Shaw, 1992: 2). N'és un exemple el fet que la intervenció dels estats del sud d'Europa -els principals països receptors a escala internacional- en matèria de turisme s'ha limitat en els millors dels casos al control d'usos del sòl, a la promoció internacional i al registre i supervisió dels nivells de qualitat dels equipaments (Williams, 1992: 2).

3.1. La feblesa de la teoria

Les aproximacions teòriques clàssiques a la qüestió del progrés econòmic molt rarament tenen en compte el potencial del turisme com a element de dinamització i diversificació econòmica[43]. Contràriament, la pràctica política presenta el turisme, ja a partir dels anys seixanta, com una opció benigna per a l'acumulació i per a l'obtenció de beneficis en els indrets on els recursos naturals són favorables a aquesta activitat[44]. De fet, durant la dècada dels seixanta

característica veure Richardson, 1986). El seu objectiu bàsic és la reducció de les disparitats interregionals i l'impuls de les regions en declivi a través de l'aplicació de mesures favorables al desenvolupament econòmic a través de la indústria. En aquest context, el sector terciari és considerat com un complement gairebé innecessari (Bailly, Maillat & Rey, 1984).

[43] Fins al moment, pocs autors han intentat establir generalitzacions respecte els processos de desenvolupament turístic i dels espais turístics. Tal com afirma Pearce (1988: 29) gran part de la bibliografia en relació a aquesta qüestió és de natura idiogràfica." Sí que s'han proposat, en canvi, tipologies de desenvolupament turístic (per exemple, Barbaza, 1970).

[44] En aquest context apareixen a Europa algunes de les primeres i escasses estratègies de desenvolupament que, prèviament a la incorporació del turisme en les polítiques de desenvolupament rural a mitjans de la dècada dels vuitanta, s'han basat en la promoció d'aquesta activitat, especialment a França. Aquest és el cas, per exemple, del projecte de desenvolupament de la costa francesa del Llenguadoc-Rosselló. A partir de la creació de la *Mission Interministerielle pour l'Aménagement du Litoral du languedoc-Roussillon* l'any 1963 i del primer pla de desenvolupament de 1964, es realitza en aquesta zona, en el context de la dinàmica planificadora de França des de la post-guerra, una de les poques i més grans operacions de desenvolupament promogudes en el marc de les interpretacions tradicionals de la qüestió del desenvolupament regional i fonamentades en el turisme (Clarke, 1981; Barbaza, 1985; Klemm, 1992). Tal com es deprèn dels seus objectius de diversificar l'economia; crear noves oportunitats d'ocupació, especialment per als joves, i frenar la despoblació; satisfer la demanda francesa i europea de sol i platja; col.laborar en la correció d'una balança de pagaments francesa creixentment adversa; alleugerir la pressió sobre la veïna Costa Blava; i respondre a la necessitat del turisme social, aquesta acció s'insereix de ple en el tipus d'instruments utilitzats per la política regional prèvia a la crisi de 1973 (Cuadrado, 1988: 90). A Espanya la Llei 187/1963, de 28 de desembre, sobre *Centros y Zonas de*

UNIVERSITAT ROVIRA I VIRGILI
DIFERENCIACIÓ I REESTRUCTURACIÓ DE L'ESPAI TURÍSTIC. PROCESSOS I TENDÈNCIES AL LITORAL DE TARRAGONA
L'espai del turisme
Salvador Antón Clavé
ISBN:978-84-691-1887-0/DL: T-347-2008

l'Organització per a la Cooperació i el Desenvolupament Econòmic (O.C.D.E.) afirma que en el turisme hi ha un potencial de creixement gairebé il.limitat i -tot i que els seus efectes sobre el propi desenvolupament dels espais d'acollida són diversos- tant el Banc Mundial com les Nacions Unides es dediquen a promoure'l en els països menys desenvolupats[45].

En canvi, les teories sobre el desenvolupament turístic sí que es fan subsidiàries, en diferents moments, de les aproximacions clàssiques a la qüestió del desenvolupament econòmic. Deriven en aproximacions que es preocupen més del desenvolupament turístic que del desenvolupament econòmic associat al turisme. Tres són les aproximacions que es poden diferenciar (1) les teories estadials derivades dels models funcionals de caràcter neoclàssic; (2) les teories derivades dels models de desigualtat espacial; i -un cop superades aquestes aproximacions- (3) les teories vinculades a les noves propostes interpretatives del desenvolupament en base a qüestions de caràcter territorial. Les seves principals aportacions en relació al desenvolupament regional s'exposen a continuació.

3.1.1. Les teories estadials

Diferents propostes teòriques que intenten explicar els processos de desenvolupament turístic es basen en la interpretació estadial del

Interés Turístico Nacional i el Decret 4297/1964, de 23 de desembre, van ser estrictament sectorials. Es pot considerar que aquesta llei, malgrat les possibilitats d'ordenació que permetia, va significar una fórmula privilegiada per a donar via lliure al desenvolupament urbano-turístic al marge del sistema de planificació vigent a partir de la *Llei del Sòl* de 1956. Així, tot i que l'article primer declara que la seva finalitat és "l'ordenació turística del territori nacional", es limita a "regular les característiques i condicions que hauran de complir les actuacions que s'acullin als beneficis que la pròpia llei atorga als seus promotors, sense condicionar per a res el seu emplaçament. Es a dir, no existeix realment una preocupació d'ordenació espacial". Es tracta, doncs, d'"una llei al servei d'una política sectorial, sense preocupació per les repercussions sobre el territori d'aquesta pròpia política" (Terán, 1982: 451).

[45] Posteriorment, aquesta percepció optimista de la pràctica del desenvolupament turístic és criticada. Primer en funció dels costos socials i els conflictes culturals que genera la implantació del turisme en determinats espais. Després en funció de les característiques de la pròpia dinàmica econòmica generada pel turisme (veure Crick, 1992: 353). A partir d'aquesta crítica, les aportacions a la qüestió del desenvolupament que es realitzen a partir de la crisi econòmica dels anys setanta permeten incorporar nous elements a l'estudi dels efectes que la transformació productiva generada pel turisme pot ocasionar sobre les perspectives de desenvolupament especialment local i regional.

UNIVERSITAT ROVIRA I VIRGILI
DIFERENCIACIÓ I REESTRUCTURACIÓ DE L'ESPAI TURÍSTIC. PROCESSOS I TENDÈNCIES AL LITORAL DE TARRAGONA
Salvador Antón Clavé
ISBN:978-84-691-1887-0/DL: T-347-2008

desenvolupament. Tant és així que els models de desenvolupament turístics per fases[46] es poden interpretar, en termes generals, com a versions espacials de determinats plantejaments de l'economia neoclàssica[47]. Des d'aquesta perspectiva, el desenvolupament és interpretat només com un conjunt de transformacions quantitatives i de creixements mesurables en termes de produccions i ingressos[48].

Ara bé, tot i que la pròpia història ha demostrat que el turisme pot ocasionar l'enlairament econòmic d'una zona i transformar l'economia local de tal manera que es pugui mantenir un estat de creixement estable[49], totes les propostes teòriques sobre el desenvolupament turístic per fases són de caràcter mono-sectorial[50]. Es a dir, tot i que participen de criteris propis del model general

---

46 Els models de creixement de caràcter keynesià són de caràcter molt més pragmàtic que els de les etapes de creixement. Es basen en l'orientació del creixement de la demanda, noció que es el fonament de la teoria de la base d'exportació. A partir del recolzament de les accions que són favorables a la dinamització de la demanda, s'utilitzen com a suport de les polítiques basades en principis redistributius -via consum i inversió- en favor de les regions menys desenvolupades.

47 Derivats de models d'equilibri general, aquests plantejaments pretenen demostrar que les forces econòmiques tendeixen cap a l'equilibri i que les desigualtats entre espais es corregeixen a través del desplaçament dels factors productius -capital i treball-. Des de la seva perspectiva, són les relacions de mercat, que tenen com a conseqüències territorials l'especialització productiva i la integració interespacial, les que faciliten el desenvolupament econòmic. Dit d'una altra manera, és l'especialització en les activitats per a les quals cada espai està millor dotat el factor que porta a la consecució d'un òptim que permet una dinàmica de desenvolupament ràpida. L'espai és només, en aquest context, un dels elements que permet als agents econòmics maximitzar la seva eficàcia i que pot generar, això sí, economies d'escala o externes.

48 La teoria del desenvolupament per etapes es basa en la idea que tots els territoris passen per una sèrie de fases de desenvolupament però que no ho fan tots en el mateix moment. Com s'ha vist, idees d'aquest estil tenen una llarga tradició en el pensament il.lustrat sobre el progrés de les societats (Nisbet, 1981). Es, però, Rostow (1962) qui les formalitza en la seva versió més coneguda. Aquest economista nord-americà les associa a la jerarquia de sectors proposada per Clark (1940) i les vincula al paper dels intercanvis comercials. De fet, la seva és una proposta molt simple i de caràcter linial. D'una manera acrítica ve a sostenir, al capdavall, que el desenvolupament és una trajectòria que poden recórrer tots els països un cop se situen en una etapa d'enlairament i fins arribar a la fase de consum de masses. Des d'aquesta perspectiva, doncs, el subdesenvolupament no és altra cosa que una qüestió que la pròpia història s'encarregarà de solucionar. Segons aquests plantejaments, el desenvolupament, a la curta o a la llarga, ha d'arribar a totes les societats.

49 Així, per exemple, la concentració de serveis i d'activitat en determinats centres turístics ha conduït a la consecució d'uns nivells d'aglomeració que ha atorgat als nuclis turístics un paper central en la jerarquia urbana d'una regió. Ciutats com Bournemouth o Niça a Europa ho demostren (Gordon & Goodall, 1992: 47).

50 En determinats casos i, especialment a escala internacional, alguns investigadors han sostingut que, gràcies al turisme, les economies subdesenvolupades poden passar d'una situació econòmica basada en

UNIVERSITAT ROVIRA I VIRGILI
DIFERENCIACIÓ I REESTRUCTURACIÓ DE L'ESPAI TURÍSTIC. PROCESSOS I TENDÈNCIES AL LITORAL DE TARRAGONA
L'espai del turisme
Salvador Antón Clavé
ISBN:978-84-691-1887-0/DL: T-347-2008

de desenvolupament econòmic per etapes -especialment del fet que fonamenten el desencadenament dels processos de desenvolupament en elements externs-, aquests models de desenvolupament negligeixen les relacions entre les activitats pròpiament turístiques i la resta de sectors de l'economia (veure, en aquest sentit, els models turístics de Butler, 1980; Miosec, 1977 i Doxey, 1975). Es recurrent en aquest tipus de models la interpretació que són els turistes -la demanda- qui, descobrint els espais turístics, ocasionen el creixement de l'oferta (veure, per exemple, el model de Thurot, 1973) i actuen com a catalitzadors del desenvolupament econòmic. La funció de la població resident és, únicament, segons aquests models, donar resposta -en base a la seva percepció i a les seves possibilitats- a les oportunitats que es generen a partir d'aquesta dinàmica (Miossec, 1977)[51].

En aquesta línia, Butler (1980) construeix un model evolutiu que, malgrat l'èxit que ha tingut i té encara actualment, no és altra cosa que una aplicació mimètica -no exempta de crítiques- de la noció de cicle de vida del producte proposada per Vernon[52](1966) a la qüestió de l'anàlisi de l'evolució dels nuclis turístics[53]. Tal com es detallarà més endavant, si bé aquest plantejament pot ser efectiu en tant que enginy descriptiu i, de fet, en aquest sentit ha estat utilitzat, ampliat i discutit, la seva validesa en tant que element interpretatiu del desenvolupament ocasionat pel turisme ha estat, com els altres models evolutius, pràcticament nul.la.

---

el sector primari a una situació econòmica basada en els serveis ometent la fase d'indústria pròpia dels models generals per fases.

51 Plog (1973) ha estudiat la qüestió dels canvis en la demanda mentre que Doxey (1975) ha identificat canvis en l'actitud dels residents a mesura que els espais turístics evolucionen.

52 Segons Vernon, quan s'introdueixen nous productes en el mercats, la competència és baixa i els beneficis -tal com és lògic en una situació de monopoli- són alts. La difusió de la informació, l'entrada d'altres productors en el mercat, l'estandardització dels productes i la rutinització dels mètodes de producció porta a la disminució dels beneficis i al declivi de les taxes de creixement. Qüestions com la tecnologia, la moda o la competència exterior condicionen la durada dels cicles de cada producte.

53 Fritz (1986) dissenya un model dinàmic de sistemes i aplica una anàlisi de simulació al procés evolutiu descrit per Butler (1980). El seu objectiu és plantejar estratègies per a encarar els problemes de gestió dels centres turístics madurs.

UNIVERSITAT ROVIRA I VIRGILI
DIFERENCIACIÓ I REESTRUCTURACIÓ DE L'ESPAI TURÍSTIC. PROCESSOS I TENDÈNCIES AL LITORAL DE TARRAGONA
Salvador Antón Clavé
ISBN:978-84-691-1887-0/DL: T-347-2008

3.1.2. Els models de la desigualtat

Les teories que intenten explicar les desigualtats afirmen que és la pròpia relació entre els espais el motiu que fonamenta les diferències en el seu nivell de desenvolupament[54]. Segons aquestes teories, més que a convergir, amb el temps, aquestes diferències tendeixen a agreujar-se[55]. A partir d'aquí, diverses propostes analítiques intenten donar resposta a per què es donen processos de concentració en determinats espais i de buidatge en altres[56]. Dues són les principals aproximacions que es formulen en aquest sentit durant les dècades dels anys cinquanta i seixanta: la de la causalitat acumulativa i la de les relacions centre-perifèria.

L'aproximació al desenvolupament des del punt de vista de la relació entre espais, s'inicia amb els models de la causalitat acumulativa de Myrdal (1957) i Hirschman (1958) Aquests autors sostenen que a partir d'una determinada desigualtat en les posicions de partida, el mercat tendeix a afavorir els espais més avantatjats i a perjudicar els menys desenvolupats que perden, en favor de les primeres, estalvi i treball[57]. Complementàriament, F. Perroux (1955)

---

54 A nivell internacional existeixen dues concepcions oposades per a explicar la desigualtat entre països, la derivada de la teoria del comerç internacional, que pretén demostrar la convergència entre productivitats i ingressos, i la que pretén explicar les bases de la desigualtat en base a la teoria de l'imperialisme.

55 Un altre plantejament, que se situa en el fil del pensament neoclàssic, sosté que les disparitats només reflecteixen desfasos transitoris o imperfeccions en l'actuació del mercat, és a dir, que les diferències interregionals són transitòries. Els models regionals que se'n deriven -que es poden considerar aespacials- consideren les regions com a unitats de producció agregades que tendeixen necessàriament a l'equilibri en termes de renda i d'ocupació a conseqüència del joc del mercat i la mobilitat dels factors.

56 El tret comú a totes elles és que és l'espai i les relacions que genera el propi fonament de la desigualtat tècnica, econòmica i social. Així, segons Aydalot les aproximacions que s'agrupen en aquest grup condueixen a considerar l'espai com a expressió de les desigualtats entre modes de producció dominants i dominats, entre zones dominants i dominades. "El centre -l'àrea geogràfica dominant- apareix com l'espai d'origen del mode de producció dominant i en expansió mentre que la perifèria -l'àrea geogràfica dominada- és el dipòsit dels antics modes de producció destruïts, dels quals només en subsisteixen alguns elements dispersos que el centre utilitzarà en el seu profit" (Aydalot, 1985: 144).

57 La mobilitat dels factors no és, per a ells i a diferència dels models neoclàssics, reequilibradora. Pel contrari, els factors de producció sempre es dirigeixen cap als espais i tecnologies més avançades. La incidència de les economies externes -aportació fonamental d'aquests models- és bàsica per a explicar aquests processos.

UNIVERSITAT ROVIRA I VIRGILI
DIFERENCIACIÓ I REESTRUCTURACIÓ DE L'ESPAI TURÍSTIC. PROCESSOS I TENDÈNCIES AL LITORAL DE TARRAGONA
L'espai del turisme
Salvador Antón Clavé
ISBN:978-84-691-1887-0/DL: T-347-2008

proposa la teoria dels pols de creixement i constata que una relació desigual pot ser motor de desenvolupament[58].

Per la seva banda, les teories centre-perifèria es basen en la hipòtesi que la desigualtat és conseqüència de l'estructura jeràrquica dels espais econòmics. Per J. Friedmann (1966), el seu principal representant, l'explicació del desenvolupament desigual no rau en el fet que els espais es diferencien en funció dels seus recursos sinó en el fet que són víctimes de les estratègies del capital. Aquesta constatació la planteja en termes d'un model -que s'origina a partir de l'anàlisi de les relacions entre països i que posteriorment alguns geògrafs i economistes apliquen a l'anàlisi regional- que anomena de relacions entre *centre* i *perifèria*.[59] Posteriorment, amb una clara inspiració marxista, a partir d'aquests plantejaments es formalitza la teoria de la dependència o del subdesenvolupament (Frank, 1966; Amin, 1972) originada a partir de la hipòtesi que les relacions de dominació política i la concurrència del mercat consoliden la divisió del treball entre un centre dominant, manufacturador i terciari, i una perifèria dominada, bàsicament exportadora de béns primaris[60].

---

58 De manera diferent a la dels plantejaments neoclàsics de mercat, Perroux sosté que la vida econòmica resulta no només de l'acció d'agents aïllats en situació de concurrència sinó també de l'acció específica de determinades empreses en base al seu paper dominant. Malgrat les crítiques que ha hagut de suportar amb el pas del temps en relació a la seva validesa i limitacions, ha estat integrada en construccions teòriques més àmplies elaborades posteriorment i ha estat àmpliament usada durant els anys seixanta per al disseny de polítiques regionals. Les anàlisis que se n'han derivat s'han centrat més aviat en la polarització exercida per les indústries o en el paper de les ciutats com a pols de creixement.

59 La seva principal novetat, a part de la formalització que proposa, és la consideració que fa de factors distints als estrictament econòmics -de caràcter tècnic, polítco-institucional i socio-cultural- per a explicar la gestació i consolidació d'aquestes relacions entre *centre* i *perifèria*.

60 Els models centre-perifèria, les teories de la dependència i el model del desenvolupament desigual connecten amb el problema de la localització de les activitats econòmiques a través de la teoria de la divisió espacial del treball (Smith, 1989). Molt propera en alguns dels seus plantejaments a les noves ortodoxies que entren en escena a partir de la dècada dels vuitanta, aquesta formulació apareix a partir del moment en que la industrialització de certes zones perifèriques a la darreria dels anys seixanta, ocasiona una nova divisió del treball segons tres funcions sincròniques de l'activitat productiva -concepció, fabricació qualificada i execució-(Massey & Megan, 1982). La partició tripartida de les funcions de l'activitat productiva -que s'anomena circuit de branca- és típica de l'organització fordista del treball, és a dir de la combinació entre taylorisme i mecanització. L'organització fordista del treball no s'ha de confondre amb el model de desenvolupament fordista, que comprèn un esquema de creixement macroeconòmic -règim d'acumulació- centrat en el consum de masses i un mode de regulació -usos i procediments- que condueix els agents individuals a conformar-se amb el règim d'acumulació dominant. La interpretació que se'n deriva intenta integrar la formació de processos de centre-perifèria en una concepció de conjunt de l'espai i del desenvolupament regional (veure una revisió de la teoria a Lipietz, 1986). Tanmateix, no té en compte, inicialment, qüestions com l'especificitat de la societat local, el paper de l'administració local o la natura de les relacions i

UNIVERSITAT ROVIRA I VIRGILI
DIFERENCIACIÓ I REESTRUCTURACIÓ DE L'ESPAI TURÍSTIC. PROCESSOS I TENDÈNCIES AL LITORAL DE TARRAGONA
Salvador Antón Clavé
ISBN:978-84-691-1887-0/DL: T-347-2008

El fet que els centres de destinació turística tendeixen a localitzar-se a les perifèries del les economies nacionals i internacionals -la perifèria de plaer de Turner i Ash (1991)[61]- ha facilitat la interpretació del desenvolupament del turisme en el marc dels models de desigualtat interespacial i, en concret, del model centre-perifèria. Aquest plantejament ha estat especialment aplicat a escala internacional i particularment en relació al turisme al Tercer Món, però no exclusivament. En relació a aquest model s'observen, tanmateix, dues postures, la funcional i la crítica. Christaller, en un article lleuger sobre la localització del turisme a Europa -que porta com a subtítol *les regions perifèriques-els països subdesenvolupats-les àrees recreatives-* és un insigne representant de la primera opció. Partint de la base que el turisme evita els llocs centrals i les aglomeracions industrials i que, en conseqüència, va a la recerca de la perifèria, sosté, simplement, que el turisme representa una sort per a les regions subdesenvolupades atès que pot facilitar el seu desenvolupament (Christaller, 1966: 104).

Diferentment, altres autors, especialment els que han estudiat les relacions turístiques entre els grans centres emissors mundials i els països del Tercer Món - on el component relatiu al control tècnic i empresarial del viatge és fonamental- descriuen aquestes relacions com "l'hegemonia econòmica metropolitana per excel.lència" (Lundgren, 1972). Entre altres, Hills i Lundgren (1977) en relació al Carib i Britton (1980, 1992) en relació al Pacífic han tractat de configurar les claus d'aquest procés a escala internacional. Així, per exemple, l'article de Britton publicat als *Annals of Tourism Research* (1992), situa de manera clara el turisme en el discurs sobre el desenvolupament desigual i el model centre-perifèria. Per a ell, la promoció del turisme en el Tercer Món -cal recordar en aquest sentit, les propostes de les diferents organitzacions internacionals que van proliferar durant els anys seixanta i setanta (veure la crítica a Crick, 1992)- és una estratègia de desenvolupament perillosament ambigua especialment si es tenen en compte les característiques estructurals de les seves economies i la pròpia organització de la indústria turística. Des de la seva perspectiva, optar pel turisme com a estratègia de desenvolupament és demanar a crits la dependència.

---

compromisos socials locals.

61 Vegi's un model explicatiu de caràcter històric per al cas europeu a Gormsen (1981).

UNIVERSITAT ROVIRA I VIRGILI
DIFERENCIACIÓ I REESTRUCTURACIÓ DE L'ESPAI TURÍSTIC. PROCESSOS I TENDÈNCIES AL LITORAL DE TARRAGONA
Salvador Anton Clavé
ISBN:978-84-691-1887-0/DL: T-347-2008

Dit d'una altra manera, invertir en turisme és invertir en dependència[62] (citat a Crick, 1992: 363).

Menys radicalment, aquesta mena de relacions també es poden trobar a l'origen i en les fases inicials de determinats desenvolupaments turístics mediterranis, especialment en les localitats o regions fortament dependents dels sistemes de viatge internacional i dels mecanismes de captació de la demanda per part dels operadors. De fet, tal com afirmen Vera i Marchena (1990: 71) sovint "el turisme ha estat denostat en la seva inserció regional pel seu caràcter extravertit, poc articulador dels fluxes econòmics regionals i exògen, ja que els seus impulsos corren a càrrec normalment de capitals extraregionals." Tanmateix, la seva evolució posterior, condicionada en part per la seva pròpia estructura productiva al marge del turisme, ha propiciat en aquestes àrees dinàmiques internes de desenvolupament[63]. Cal tenir en compte, en aquest sentit, que el model centre-perifèria, sigui quina sigui la seva formulació, no inclou la possibilitat que les activitats econòmiques, entre elles el turisme, siguin capaces de proporcionar una base pròpia per al desenvolupament regional o local. Sigui intravertida[64] o extravertida[65], l'acumulació sempre es fa, segons el model, en el centre, mai a la perifèria[66].

---

62 Aquesta interpretació, generalment aplicada a escala internacional és també aplicable a escala interregional. A la Gran Bretanya, per exemple, el turisme interior de masses previ a la internacionalització del viatge i de les vacances, té una tendència explícitament perifèrica (Williams & Shaw, 1992: 24). Encara avui a Espanya i, especialment, a Catalunya, les principals capacitats de recepció turística se situen en la perifèria i els fluxes turístics són essencialment de caràcter centre-perifèria (veure López Palomeque, 1988 per al cas espanyol i López Palomeque, 1991 per al cas català). Es clar, però, que, per a confirmar la hipòtesi caldria, tant en un cas com en un altre, estudiar complementàriament, els fluxes de capital i les relacions de treball.

63 Tot i que no és generalitzable, l'experiència espanyola és prou significativa en aquesta línia. A escala estatal, però també a escala de determinades regions, el desenvolupament econòmic a partir dels anys seixanta ha obtingut el finançament necessari per a la industrialització i modernització de l'economia fonamentalment del sector terciari i, en particular, del turisme. Per tant, ha contribuït a superar el model autàrquic i subdesenvolupat imperant als anys cinquanta i ha facilitat la conversió de l'economia espanyola en una economia oberta i integrada als fluxes econòmics internacionals (Bote, 1993: 6).

64 La propietat de les empreses que operen a les àrees turístiques -perifèria- és externa.

65 Les empreses localitzades en els llocs centrals subcontracten altres empreses en les destinacions turístiques perifèriques.

66 En referència al cas espanyol, Vera i Marchena (1990: 65) difonen una dada ben significativa en aquest sentit. Un 76% dels operadors turístics que treballen en el mercat espanyol són propietaris d'empreses turístiques localitzades a Espanya i dominen, d'aquesta manera el cicle complet d'emissió i recepció. Per aquest motiu, de cada 100 pessetes que un turista alemany o britànic despén per a fer turisme, 53

UNIVERSITAT ROVIRA I VIRGILI
DIFERENCIACIÓ I REESTRUCTURACIÓ DE L'ESPAI TURÍSTIC. PROCESSOS I TENDÈNCIES AL LITORAL DE TARRAGONA
Salvador Antón Clavé
ISBN:978-84-691-1887-0/DL: T-347-2008

Més enllà d'aquestes interpretacions -totes elles vinculades al pensament clàssic sobre el desenvolupament territorial- apareixen, a partir de la dècada dels anys setanta, noves respostes de caràcter territorial que pretenen donar una explicació de les causes i mecanismes del desenvolupament des d'una perspectiva novedosa i positiva i que -sobretot- plantegen algunes idees fonamentalment diferents -i en alguns casos radicals- per a l'elaboració de noves polítiques econòmiques i regionals. Aquestes noves aportacions no es poden separar, segons Aydalot (1985) de qüestions com la Revolució Cultural xinesa, els informes del Club de Roma, el concepte d'ecodesenvolupament, la noció de desenvolupament alternatiu, el pensament ambiental o les crítiques i reformulacions de les teories del desenvolupament desigual.

3.1.3. Les propostes territorials

A cavall entre la fi de la dècada dels setanta i els inicis de la dècada dels vuitanta, C. Weaver, J. Friedmann (Friedmann & Weaver, 1979; veure, 1981) i W. Stöhr (1984) fonamenten una revolució intel.lectual que sosté que és en el marc local, a través de la valorització dels recursos propis i amb la participació de la població que el desenvolupament pot realment respondre a les necessitats de les societats (Aydalot, 1985: 109)[67]. Aquesta proposta apareix en un context analític de reemergència de la teoria regional i, més important encara, en un context econòmic de crisi, desindustrialització i reestructuració[68]. Apareix, per altra part, en un moment en què els canvis experimentats per les activitats

---

es resten al seu pais d'origen.

[67] El nou paradigma es basa, segons Friedmann i Weaver (1981), en la convicció que es pot entendre que el desenvolupament, d'existir, (1) és, fonamentalment, territorial, integral i comunitari -fruit de la participació activa de la població local-; (2) es realitza en funció de les necessitats de la població i a petita escala; i (3) es fonamenta en la valorització dels recursos locals i en la preferència de la població per les produccions locals.

[68] Les profundes transformacions del sistema productiu -els canvis tecnològics, les variacions en la composició de la demanda, la desconcentració empresarial, el creixement de l'economia submergida, el creixent paper dels serveis en el sistema productiu i les noves tendències de localització empresarial- fan aflorar un nou conjunt de problemes i de polítiques. La davallada de les regions industrials, l'estancament del creixement de les ciutats, l'increment de l'atur estructural i la problemàtica ambiental s'afegeixen als tradicionals problemes abordats pel pensament regional.

UNIVERSITAT ROVIRA I VIRGILI
DIFERENCIACIÓ I REESTRUCTURACIÓ DE L'ESPAI TURÍSTIC. PROCESSOS I TENDÈNCIES AL LITORAL DE TARRAGONÈS
L'espai del turisme
Salvador Antón Clavé
ISBN:978-84-691-1887-0/DL: T-347-2008

industrials contrasten amb l'expansió dels serveis als particulars i a les empreses[69], i, especialment, en un moment en què, segons diuen G. Benko i A. Lipietz (1992: 14), es donen dues revolucions fonamentals en l'organització dels processos de producció:

(1) la constatació que la qualificació dels recursos humans depèn també de la cultura, de la tradició familiar i de la capacitat de formació professional que hi ha en un sistema productiu localitzat; i

(2) la tendència a substituir la gran empresa per una xarxa de petites empreses especialitzades amb relacions de subcontractació o d'aliança.

Aquest cúmul de circumstàncies posen les bases per a estudiar la qüestió de l'organització de la producció i el desenvolupament econòmic des de criteris analítics renovats que, des de diferents perspectives i no sense discussió, tenen en compte el component territorial que subjau en els processos econòmics. A part de les aportacions teòriques ja esmentades de Friedmann, Weaver i Stöhr, són fonamentals en aquesta nova fase:

(1) les recerques que es comencen a publicar a finals de la dècada dels setanta sobre la Tercera Itàlia[70], la recuperació que G. Becattini (1979;

[69] Les explicacions econòmiques convencionals del creixement del sector serveis es basen en els models sectorials derivats de la teoria estadial de Clark (1940). Les recerques convencionals en aquest camp han centrat l'anàlisi en qüestions com la natura dels serveis a la producció, la rellevància dels serveis d'informació o la dinàmica de localització de les activitats de serveis. Un segon tipus d'aproximacions emfasitzen el paper del capital en la creació de noves formes de producció -els serveis- per a mantenir les seves oportunitats de benefici. Les principals contribucions d'aquestes noves interpretacions -que contrasten amb la parcialitat de les aproximacions convencionals- se centren, fonamentalment, en l'interès en el tipus de treball generat per les indústries de serveis (especialment el seu caràcter polaritzat -amb l'aparició d'una classe professional paral.lela al creixement de l'ocupació en activitats molt poc qualificades-); el tractament de la diversitat interna del sector i de les implicacions dels serveis en la producció de béns materials; i, finalment, la interpretació del seu creixement en un context de canvi econòmic estructural. Tant és així que la creixent importància de les activitats de serveis ha ocasionat, fins i tot, un canvi susbtancial en els estudis sobre desenvolupament regional i urbà (Marshall & Wood, 1992). Actualment, els serveis són considerats, juntament amb l'impuls i la difusió de canvis tecnològics (Cuadrado, 1988), una de les vies privilegiades de promoció del desenvolupament regional. En aquest context, el turisme, malgrat la dispersió de les actuals investigacions i més enllà de les pràctiques polítiques reals i interessades, ha estat finalment explícitament considerat en les teories del desenvolupament.

[70] La Itàlia de les ciutats emprenedores que se situa entre el triangle d'industrialització clàssica de Milà, Torí i Gènova i el sud subdesenvolupat (veure, per exemple, Bagnasco, 1977).

UNIVERSITAT ROVIRA I VIRGILI
DIFERENCIACIÓ I REESTRUCTURACIÓ DE L'ESPAI TURÍSTIC. PROCESSOS I TENDÈNCIES AL LITORAL DE TARRAGONA
Salvador Antón Clavé
ISBN:978-84-691-1887-0/DL: T-347-2008

veure Becattini, 1986) fa del concepte de districte industrial[71] d'Alfred Marshall[72]i els treballs recopilats per Stöhr i Taylor (1981) sobre desenvolupament des de la base;

(2) les recerques de M. Piore i C. Sabel, que, des d'unes altres perspectives, permeten interpretar l'èxit dels districtes industrials com un cas particular d'una tendència més general que sosté que un nou sistema de producció que anomenen flexible està en procés de substituir la producció de masses fordista[73];

(3) les aportacions d'A. Scott (1988) i M. Storper i R. Walker (1989), que, recolzant-se en anàlisis sobre la divisió del treball i sobre els efectes externs de l'aglomeració a Califòrnia i, particularment, a Los Angeles, s'afegeixen al nou paradigma tecnològic de l'especialització flexible i el relacionen amb el creixement de les metròpolis[74] (Benko & Lipietz, 1992: 26).

Malgrat les diferents orientacions i els matisos que es poden detectar en totes aquestes aportacions, el seu interès conjunt rau en el fet que assenyalen de manera nítida una nova manera d'entendre la realitat econòmica en base a criteris de caràcter territorial. Segons Cuadrado, aquestes propostes assenyalen -en el

---

71 Quan es parla de districte industrial o d'organització industrial en aquest context analític, cal tenir present que *industrial* en anglès aplega tant les manufactures com els serveis.

72 Per Marshall existeixen dues formes d'organització industrial. Una, l'organització integrada en el si d'una gran empresa. L'altra, la coordinació -gràcies al mercat i a la reciprocitat- d'una divisió social del treball desintegrada entre petites empreses especialitzades en un segment del procés productiu (Benko & Lipietz, 1992: 25). En relació al debat sobre el districte industrial marshallià i les seves implicacions en les actuals estratègies de desenvolupament regional i de localització industrial veure l'article de Trullén (1989).

73 Cal tenir en compte que a partir de la teoria de la regulació, diferents investigadors han analitzat l'evolució de les economies capitalistes avançades a manera de distintes etapes històriques que difereixen en l'organització de la producció, en les tendències de la demanda i en les formes de regulació de l'estat i han demostrat les maneres com en cada fase s'ha transformat i reformat cada lloc (Marshall & Wood, 1992: 1261). La forma espacial paradigmàtica del sistema de producció flexible serien els sistemes productius localitzats, és a dir formes espacials que deriven de la localització de mà d'obra qualificada, de la innovació descentralitzada i de la coordinació entre empreses.

74 Veure una aproximació a la qüestió dels sistemes de producció flexible en contraposició al règim d'acumulació fordista a l'article de Moulaert i Swyngedouw (1989).

UNIVERSITAT ROVIRA I VIRGILI
DIFERENCIACIÓ I REESTRUCTURACIÓ DE L'ESPAI TURÍSTIC. PROCESSOS I TENDÈNCIES AL LITORAL DE TARRAGONA
L'espai del turisme
Salvador Antón Clavé
ISBN:978-84-691-1887-0/DL: T-347-2008

seu nucli central- que els factors que poden contribuir al desenvolupament són: els recursos materials i de l'entorn, les infrastructures de transports i comunicacions, les estructures urbanes, el capital físic i el capital humà -determinat pel nivell d'instrucció de la població i la seva qualificació professional-l'aptitud per a dirigir empreses i la capacitat innovadora" (1988: 81). Per tant, es poden entendre en el marc d'un nou paradigma de desenvolupament territorial[75] que es fonamenta en la crítica als principis convencionals de l'economia de mercat, eminentment aespacial, i que fonamenta la qüestió del desenvolupament regional en la capacitat d'innovació dels territoris[76].

Més enllà, diversos investigadors han realitzat remarques que, des de múltiples perspectives i en relació a diferents qüestions, han aportat reflexions crítiques sobre la validesa d'alguns dels conceptes que han permès enriquir encara més aquesta nova interpretació. Es especialment rellevant, en aquest sentit, la interpretació que fan Amin i Robins quan sostenen que, malgrat el paper de les característiques dels sistemes productius locals -sovint associats a un model de producció flexible com a paradigma explicatiu dels processos d'acumulació contemporanis- en el desenvolupament, la seva lògica no pot escapar de la lògica aclaparadora del capitalisme global (Amin & Robins, 1990) i, en concret, que, en relació a les tendències de difusió de l'acumulació -i les possibilitats de desenvolupament que comporta aquesta qualitat- que proclamaven les tesis aparegudes amb la crisi econòmica, no es pot deixar de banda que l'ordre espacial segueix vinculat a la polaritat metropolitana en termes funcionals[77].

---

75 En aquesta línia s'expressen Scott i Storper (1986) a les conclusions de la seva recopilació clàssica *Production, work, territory*, quan sistematitzen algunes proposicions preliminars en relació al desenvolupament territorial.

76 La capacitat d'innovar -en el sentit de Schumpeter (Schumpeter, 1965)- és l'element clau per a que un territori sigui capaç de realitzar canvis estructurals. Tant és així que, en aquesta mateixa línia, durant les dues darreres dècades la pròpia política regional s'ha reorientat de manera que, sense renunciar als seus propòsits de redistribució, posa molt més èmfasi en afavorir el desenvolupament de les capacitats de creixement pròpies de cada regió a través de mesures i instruments que puguin fer millorar l'eficiència del propi sistema productiu -desenvolupament tecnològic, serveis a les empreses o reciclatge professional-. L'accent d'aquesta política recau en la revalorització del factor humà, en la creació d'infrastructura institucional moderna i en la difusió d'informació tecnològica i d'innovacions amb la finalitat de crear una infrastructura productiva que sigui, sobre tot, competitiva.

77 D'altra banda, tot i la possible emergència embrionària d'un nou model de desenvolupament, segons alguns autors és evident que n'hi ha d'altres en competició (Boyer, 1992).

UNIVERSITAT ROVIRA I VIRGILI
DIFERENCIACIÓ I REESTRUCTURACIÓ DE L'ESPAI TURÍSTIC. PROCESSOS I TENDÈNCIES AL LITORAL DE TARRAGONA
Salvador Antón Clavé
ISBN:978-84-691-1887-0/DL: T-347-2008

Paral.lelament a aquest component territorial no s'han d'oblidar les aportacions que -també a partir de la crisi econòmica dels setanta- s'han realitzat en base a la qüestió del desenvolupament sostenible[78]. Seguint Jiménez Herrero (1989: 26) s'ha d'ententre el desenvolupament des d'aquesta perspectiva "no com a simple creixement ni com a etapa, sinó com un procés de canvi estructural global i a la vegada com un continuat procés d'alliberament individual i social que té com a objectiu satisfer les necessitats humanes, començant per les bàsiques, i augmentar el benestar i la qualitat de vida de les generacions presents i futures"[79]. El reconeixement explícit de la possible complementarietat entre desenvolupament econòmic i medi ambient i la noció d'interpendència mundial[80] són els dos aspectes fonamentals d'aquest plantejament. La necessitat de transformar els mètodes convencionals de valoració i de formació de preus -de manera que la naturalesa, el component fonamental del concepte de sustentabilitat, sigui presa en consideració- n'és la seva conseqüència immediata[81].

---

[78] El Seminari de Founex l'any 1971 i la Conferència de les Nacions Unides sobre els Medi Ambient celebrada a Estocolm l'any 1972 representen esdeveniments clau per a avançar en la concepció dels problemes ambientals com a conseqüències d'un determinat model de creixement i un determinat estil de desenvolupament. Complementàriament, els informes de caràcter alarmista del Club de Roma (veure, per exemple, Meadows, 1972) doten de fonament analític la necessitat d'harmonitzar el desenvolupament econòmic amb la gestió dels recursos. Es en aquest context que aviat el concepte inicial d'ecodesenvolupament, nascut a principis de la dècada dels setanta a proposta de M. Strong, director executiu del Programa de les Nacions Unides per al Medi Ambient en la primera reunió del consell d'administració d'aquest programa, celebrada al juny de 1973, adopta nous continguts i deixa pas, posteriorment, a la noció de desenvolupament sostenible. Complemetàriament, l'Informe Brundlandt, que el defineix, ajuda a situar la qüestió de la sustentabilitat en el centre de les agendes polítiques dels agents econòmics mundials.

[79] Segons U.E. Simonis (1990: 207) "el conflicte entre ecologia i economia es pot atribuir a dos principis bàsics incompatibles (realment o possiblement): el principi ecològic d'"estabilitat" com a condició prèvia per a la sostenibilitat dels sistemes ecològics, i el principi econòmic de "creixement" com a lògica inherent dels sistemes econòmics o, més concretament, els principis de rendabilitat comercial, creixement econòmic nacional i expansió del mercat mundial".

[80] Des de la insistència en el caràcter interdependent dels sistemes naturals i humans, l'aproximació ambiental a la qüestió desenvolupament adopta continguts derivats de les teories del desenvolupament desigual, especialment els relatius a plantejaments de caràcter centre-perifèria reelaborats per Wallerstein (1974), els relatius a la teoria de la dependència (Frank, 1971) -inclosa la qüestió del deute extern- i els relatius a la divisió espacial del treball a escala internacional (veure, per exemple, la discussió que sobre el tema fa Jiménez Herrero, 1989: 263-307).

[81] Es convenient tenir clara, l'afirmació del professor brasiler García Rubio quan diu que "seria ingenu creure que el problema ecològic es podria resoldre mitjançant una mera reorientació de les aplicacions tècniques de les investigacions científiques o bé amb canvis en les prioritats del plantejament econòmic. El que està en joc no és aquest o aquell punt concret de la relació home-natura, sinó tot el

UNIVERSITAT ROVIRA I VIRGILI
DIFERENCIACIÓ I REESTRUCTURACIÓ DE L'ESPAI TURÍSTIC. PROCESSOS I TENDÈNCIES AL LITORAL DE TARRAGONA
Salvador Antón Clavé

ISBN:978-84-691-1887-0/DL: T-347-2008

El desenvolupament d'aquesta perspectiva tampoc no es pot desvincular de l'emergència, a partir de principis de la dècada dels anys setanta, d'un dels problemes clau que tenen plantejat en aquests moments les societats del Primer Món ¿com afecta el model de desenvolupament als propis recursos que el fan possible?[82]. De fet, a partir de 1973 ja es parla d'una manera àmplia de la necessitat de contemplar, en la formació dels preus dels béns i serveis, la demanda de les generacions no nascudes que necessitaran o podran voler utilitzar els recursos exhauribles a partir dels quals s'han produït aquells béns i serveis (Martínez Alier, 1984: 8)[83]. En definitiva, les societats del Primer Món -i per extensió totes les del món- s'encaren amb el problema ecològic[84].

Malgrat els possibles desajustos que es poden observar quan s'intenten identificar processos concrets, aquestes aportacions, realitzades durant els darrers vint anys, poden ser eficients a l'hora d'abordar la interpretació dels efectes del turisme sobre el desenvolupament de les localitats i les regions [85].

---

conjunt de relacions desenvolupades pel món modern occidental. Es la visió fonamental que orienta aquestes relacions la que es qüestiona. Elements culturals, filosòfics, científics i també religiosos hi són implicats" (García Rubio, 1993: 3). Es, en definitiva, l'organització social i l'organització de l'espai el que està en qüestió.

82 Aquesta és una qüestió que té conseqüències importants des del punt de vista de l'organització social, de l'articulació de l'espai i de les pròpies relacions que la societat -els seus membres- estableix amb l'espai.

83 L'informe de la Comissió Mundial sobre el Medi Ambient i el Desenvolupament de l'any 1987, conegut com l'informe Brundtland, defineix el concepte de desenvolupament sostenible com aquell "desenvolupament que satisfà les necessitats del present sense comprometre la capacitat de les generacions futures per a satisfer les seves pròpies necessitats" (citat a Comissió de les Comunitats Europees, 1992).

84 Cal tenir en compte que la cosificació, manipulació, degradació i destrucció del medi ambient a través de l'ús i el mal ús indiscriminat dels seus recursos és un plantejament que troba justificacions religioses profundes en la societat occidental. Mai que sigui així ho consideren, a desgrat d'altres interpretacions menys crítiques que, en tot cas, parlen d'una tendència en concret dintre de la història del cristianisme, autors com L. White, J. Cobb, C. Amery i d'altres quan afirmen que "el manament del Gènesi de "dominar la terra" (Gn 1, 28) comportà conseqüències desastroses a l'època de la Revolució Industrial". Més enllà d'aquesta afirmació L. White critica "tant la ideologia subjacent a la ciència moderna, com la visió antropològica de l'Església, ja que ambdues pressuposen quelcom comú: la consideració de l'home com algú radicalment superior i destacat en el si d'una natura dessacralitzada per la ciència i per la fe cristiana". En definitiva segons L. White, "l'orgull i el distanciament cristià respecte de la natura -que trobarien el seu fonament en la teologia de la creació- penetren a fons en la ideologia moderna del progrés i en la manera com s'ha desenvolupat i la seva aplicació a la tècnica" (García Rubio, 1993: 11-12).

85 Aquest plantejament assigna una especial rellevància al dinamisme empresarial; a l'oferta del mercat de treball local; a les xarxes de comunicació i d'informació; als serveis disponibles a la pròpia regió; als

UNIVERSITAT ROVIRA I VIRGILI
DIFERENCIACIÓ I REESTRUCTURACIÓ DE L'ESPAI TURÍSTIC. PROCESSOS I TENDÈNCIES AL LITORAL DE TARRAGONA
Salvador Antón Clavé
ISBN:978-84-691-1887-0/DL: T-347-2008

Tenint en compte, com es veurà, que -a més de les relacions del capital a nivell global- el paper del turisme en les transformacions econòmiques i socials de les regions de destinació està molt condicionat per la naturalesa de les estructures econòmiques regionals, -en particular, per la propietat i estructura del capital, per les característiques dels mercats de treball i pels sistemes de migració laboral (Williams, 1992: 2-3)-, s'ha d'entendre que a les regions on la implantació del turisme ja està consolidada[86] aquesta activitat es pot interpretar com una eina estratègica en la seva dinàmica econòmica[87].

De fet, a partir d'aquestes propostes es pot contemplar d'una manera més efectiva una qüestió tan trivial com és que el turisme no es pot transportar o emmagatzemar sinó que s'ha de consumir en el propi punt de producció. Aquesta circumstància és, tal com indiquen Allan Williams i Gareth Shaw (1992: 5-8), el primer element que s'ha d'assumir a l'hora d'estudiar el seu paper en el desenvolupament[88]. Uns altres tres elements també fonamentals són, en relació a aquest tema, els següents: segon, que les dimensions temporal i espacial del turisme reforcen la seva polarització; tercer, que el turisme és un sistema de producció que està dominat per poques empreses que condicionen la majoria de les petites empreses -que estan en posició feble de mercat- que caracteritzen el sector; i quart, que el turisme és una activitat que està subjecte a processos de reestructuració, és a dir, a dinàmiques de reorganització del mercat de treball, a increments en la intensitat de capital en les empreses i a processos d'innovació productiva. L'efecte del turisme sobre el desenvolupament regional depèn, doncs, de les estructures econòmiques regionals[89].

---

quadres aptes per a la gestió i direcció empresarial i a la pròpia estructura espacial -inclòs el medi ambient natural i urbà-. En la mateixa línia, per exemple, els factors que D. Biehl (1986) considera determinants de cara al desenvolupament regional són: la situació, l'aglomeració, l'estructura dels assentaments, l'estructura sectorial i les infrastructures.

86 Encara que s'hagi basat -en el cas del Mediterrani- en el clima com a recurs bàsic i en la diferència de preus com a principal incentiu (Vera & Marchena, 1990: 72).

87 Des de la perspectiva del desenvolupament territorial, en les regions i localitats on el turisme pot implicar una certa diversificació d'activitats el seu desenvolupament s'ha de contemplar com una possibilitat de manteniment de la dinàmica territorial.

88 Cal tenir en compte que la majoria de destinacions turístiques són fàcilment substituïbles i que, per tant, el creixement general del turisme pot no conduir al creixement d'una destinació en concret.

89 A escales regional i local s'han elaborat múltiples anàlisis que han destacat els efectes del turisme sobre la dinàmica econòmica. Vegi's, per exemple, el Dictamen del Comitè Econòmic i Social i

UNIVERSITAT ROVIRA I VIRGILI
DIFERENCIACIÓ I REESTRUCTURACIÓ DE L'ESPAI TURÍSTIC. PROCESSOS I TENDÈNCIES AL LITORAL DE TARRAGONA
Salvador Antón Clavé

ISBN:978-84-691-1887-0/DL: T-347-2008

3.2. Les limitacions de les mesures

La literatura analítica sobre el paper econòmic del turisme a escales regional i local s'ha centrat fonamentalment en la quantificació dels seus efectes a través del càlcul de multiplicadors de la despesa turística. Es una aproximació que implica principalment l'aplicació de tècniques de base econòmica. Una segona via, menys acotada metodològicament, és l'anàlisi dels costos i els beneficis associats a l'activitat turística[90]. En termes generals, els treballs d'un i altre tipus proporcionen criteris per a determinar, encara que indirectament, el paper estratègic del turisme en el desenvolupament econòmic (a nivell regional, veure, per exemple, en aquest sentit, la valoració de l'impacte econòmic del turisme a Escòcia que fan Duffield & Long, 1981)[91].

---

l'Informe de la Secció de Desenvolupament Regional, Ordenació del Territori i Urbanisme sobre *Turisme i desenvolupament regional* (Comité Económico y Social, 1990) publicats a Brusel.les l'any 1990 per l'aleshores Comunitat Europea. L'informe recull quatre breus estudis de cas referits a l'Algarve, Berlin, el Dodecanès i Irlanda.

90 Sovint s'ha confós l'anàlisi dels costos i els beneficis associats a l'activitat turística amb la *metodologia d'anàlisi cost-benefici*, una tècnica que té un sentit molt precís en el camp de l'anàlisi econòmica i que s'utilitza, fonamentalment, com un instrument d'avaluació de projectes d'inversió (Cals, 1993; Cals, Matas & Riera, 1993). En essència "l'anàlisi cost-benefici pretén mesurar els costos socials i els beneficis socials d'un equipament", particularment, quan els "valors no comptables d'aquest equipament són considerats alts" (Curry, 1980: 219). També s'aplica a l'anàlisi dels efectes econòmics d'un determinat esdeveniment (veure per exemple Rassi, 1988). Es tracta, per tant, d'una metodologia, que, com la programació linial (vegeu Kottke, 1988), s'orienta particularment cap a la seva aplicació en el camp de la planificació i política turística (Millerd & Fischer, 1983). Veure, en aquest sentit, les recomanacions de l'Organització Mundial de Turisme pel que fa a l'avaluació de l'impacte social dels projectes turístics (World Tourism Organization, 1983). Es tracta, en qualsevol cas, d'una tasca singularment complicada (Archer, 1977b) que pot donar resultats molt dispars en funció dels plantejaments inicials que intervinguin en el seu disseny, de les assumpcions prèvies que es facin i de les tècniques d'anàlisi subsidiàries que s'utilitzin per a determinar el valor de cadascun dels components que cal mesurar. Aquestes circumstàncies fan d'aquesta metodologia un procediment que sol necessitar d'altres tècniques de mesura per a la seva implementació -com per exemple l'estimació de multiplicadors- (vegeu, en aquest sentit, les diferents tècniques proposades a Fleming & Toepper, 1990). En relació al turisme, és d'interès destacar, en aquest context, que, amb la convicció que el control dels impactes ecològics i físics i que el disseny ambiental són elements clau del desenvolupament econòmic i del treball de planficació, en aquest context, l'any 1972 ja es va publicar a Nova York el treball dirigit per Walter Isard *Ecologic-economic analysis for regional development*, amb el suggestiu subtítol de *Some initial explorations with particular reference to recreational resource use and environmental planning* (Isard, 1972). Després de fer un repàs dels models econòmics usuals en l'anàlisi regional (anàlisi comparativa de costos, anàlisi input-output, anàlisi de la interacció espacial i anàlisi del complex d'activitat) i d'abordar la qüestió del paper dels recursos naurals en l'anàlisi regional, els autors proposen una anàlisi combinada econòmico-ecològica per a la qual preveuen una taula d'interrelacions i l'apliquen en un detallat estudi de cas en relació a la localització d'una nova marina a la Badia de Plymouth.

91 Segons G. Shaw i A. Williams (1994: 121), els treballs inicials més significatius en aquesta segona

UNIVERSITAT ROVIRA I VIRGILI
DIFERENCIACIÓ I REESTRUCTURACIÓ DE L'ESPAI TURÍSTIC. PROCESSOS I TENDÈNCIES AL LITORAL DE TARRAGONA
Salvador Antón Clavé
ISBN:978-84-691-1887-0/DL: T-347-2008

El càlcul de multiplicadors[92] té com a principal objectiu quantificar l'impacte del turisme en una economia en termes de vendes, ingressos i ocupació un cop estimats els efectes directes, indirectes i induïts de la despesa turística a diferents escales[93]. El càlcul es basa en la mesura dels fluxes o moviments successius del diner que prové d'una despesa inicial en una regió o localitat[94]. Se solen calcular quatre tipus multiplicadors en funció dels principals efectes que es volen mesurar[95] (vegeu Archer & Fletcher, 1988 i Fletcher & Archer, 1991): (1) *multiplicador de transaccions*: mesura el volum de negoci creat per

---

línia, que en en molts casos estan plantejats a nivell nacional, són els realitzats i recopilats per Young (1973), Bryden (1973) i de Kadt (1979; veure de Kadt, 1991) i les conferències i seminaris relatius al paper del turisme en els països en vies de desenvolupament realitzats durant els anys setanta. Aquesta aproximació implica, metodològicament, efectuar un elevat nombre d'assumpcions i realitzar una ingent recollida d'informació per a determinar processos i efectes no fàcilment mesurables. De fet, una anàlisi en aquesta línia hauria de considerar no només els efectes computables i quantificables del desenvolupament turístic sinó també els els efectes externs de caràcter social i ambiental (Duffield, 1982).

92 Segons J.E. Fletcher i B.H. Archer (1988: 6), el multiplicador turístic "mesura la relació entre una injecció de despesa turística en una economia i la quantitat d'activitat econòmica creada per aquesta despesa". La seva elaboració es basa en el reconeixement que els sectors d'una economia són interdependents, és a dir, que un canvi en el nivell de despesa en un determinat sector pot generar efectes en la resta de sectors en diferents conceptes.

93 L'any 1975 es publica a Espanya la primera taula input-output de l'economia turística, referida a 1970. Es planteja com un subproducte de les taules de l'economia espanyola per al mateix any. Posteriorment s'han seguit publicant en un cicle de quatre anys pel que fa a la data de referència (vegeu Figuerola, 1985 i, des d'una perspectiva crítica, Pedreño, 1987). A més, a partir de taules input-output regionals i del processament de les taules turístiques a escala estatal s'han realitzat també aproximacions als efectes multiplicadors de la despesa turística sobre les economies regionals (veure per exemple, Denia i Hidalgo, 1986 i Pedreño, 1987). Aproximacions d'un i altre tipus es poden trobar, respectivament, al *Llibre Blanc del Turisme a les Balears* (Universitat de les Illes Balears, 1987) i al *Llibre Blanc del Turisme a Catalunya* (1982).

94 Per a precisar l'anàlisi cal descomptar en cada ronda de despesa la part del diner que surt de l'economia local en forma de bé o servei adquirit en una altra economia, de salaris pagats a treballadors forans o d'impostos pagats a l'estat. En cada ronda, la magnitud de diner provinent de la despesa turística inicial és menor. Implica la formulació i ús de determinats procediments matemàtics de diferent complexitat segons les tècniques específiques usades. La magnitud dels efectes multiplicadors depèn de la grandària, l'estructura i el nivell de diversificació de les economies locals. A major escala i major diversificació els valors obtinguts solen ser més elevats que en els casos d'economies reduïdes i altament especialitzades en turisme. Aquesta circumstància posa de manifest la importància dels lligams -*linkages*- entre els diferents sectors d'una estructura productiva.

95 Malgrat la seva considerablement àmplia utilització, segons Archer (1982: 236) es tracta d'una de les metodologies d'anàlisi que presenta, probablement, un major nombre d'aplicacions incorrectes. Tot i que els primers estudis que els utilitzen són anteriors a la dècada dels setanta, és a partir de l'estudi de B.H. Archer *Tourism multipliers: the state of the art* (1977a) que adquireixen un reconeixement general com a mètode d'anàlisi i instrument de política turística (vegeu també Hanna, 1976 i Hanna, 1977).

UNIVERSITAT ROVIRA I VIRGILI
DIFERENCIACIÓ I REESTRUCTURACIÓ DE L'ESPAI TURÍSTIC. PROCESSOS I TENDÈNCIES AL LITORAL DE TARRAGONA
Salvador Antón Clavé

ISBN:978-84-691-1887-0/DL: T-347-2008

cada unitat addicional de despesa turística; (2) *multiplicador de producte*: mesura el volum de producte addicional que resulta de la despesa turística; (3) *multiplicador d'ocupació*: mesura el volum d'coupació que genera una unitat addicional de despesa turística o el ratio entre l'ocupació total generada pel turisme i l'ocupació directa; i (4) *multiplicador d'ingressos*: mesura l'increment d'ingressos en una economia que genera una unitat addicional de despesa turística[96].

Segons John Fletcher (1989) l'anàlisi input-output[97] és el mètode idoni per a conèixer l'impacte econòmic del turisme a qualsevol escala a través de l'estimació dels multiplicadors de despesa. Es tracta d'una metodologia molt coneguda que deriva de la teoria econòmica de l'equilibri general i que millora de molt -segons les apreciacions dels seus defensors i sempre que sigui possible la seva implementació- els resultats que es poden obtenir a través de qualsevol altre mètode[98]. Tanmateix, aquesta metodologia requereix una magnitud de dades que sovint fan o bé inviable o bé poc eficaç la seva implementació[99]. En

---

96 Pel que fa als multiplicadors d'ingressos, se'n poden distingir de tres tipus segons si inclouen els efectes directes (Tipus I), directes i indirectes (Tipus II) i directes, indirectes i induïts (Tipus III). Els efectes directes són els generats en la primera ronda del fluxe de despesa. Els efectes indirectes reconeixen la necessitat d'una empresa de fer compres a altres indústries de la pròpia economia local per a generar el seu producte. Els efectes induïts contemplen la despesa adicional local generada per l'increment dels ingressos provocat per la despesa turística inicial.

97 L'anàlisi input-output, molt desenvolupada des de la introducció del model estàtic obert de Leontief (veure, per exemple, Leontief, 1973) implica la preparació d'una taula que mostri l'economia de la regió o localitat en forma de matriu. Cada sector hi apareix com un comprador i venedor de béns i productes intermitjos a altres sectors, com a comprador de factors de producció, com a importador i com a venedor de béns finals a les famílies, inversor i exportador (vegeu detalls de la seva aplicació en el camp del turisme i de la seva utilitat a Figuerola, 1985: 284-302; Fletcher, 1989 i, en una aproximació més crítica, a Briassouliss 1991). Com es veurà més endavant, permet determinar les interdependències sectorials del turisme, estudiar el seu impacte a nivell directe, indirecte i induït i millorar les estadístiques disponibles. La construcció de taules input-output són apropiades també en relació a dues fases de formulació de qualsevol estratègia de desenvolupament turístic. En la fase de programació pel fet que permeten establir la importància econòmica de les activitats recreatives existents i en les fases posteriors pel fet que permeten estimar l'impacte de les noves activitats implementades (Oosterhaven & van der Knijff, 1987: 101).

98 La majoria dels estudis recents que han elaborat estimacions de multiplicadors ho han fet a partir de la construcció de taules input-output. Tanmateix, en el seu defecte, es poden estimar a partir de càlculs *ad hoc* (per al desenvolupament matemàtic dels dos models vegeu una aproximació resumida a Fletcher & Archer, 1991: 39-43). Altres mètodes de càlcul deriven de models de base econòmica i de models de equacions simultànies.

99 Per exemple, els diferents models requereixen, amb un detall considerable, dades sobre els fluxes de diner en les diferents empreses i, específicament, la proporció d'aquests fluxes que són generats pel

UNIVERSITAT ROVIRA I VIRGILI
DIFERENCIACIÓ I REESTRUCTURACIÓ DE L'ESPAI TURÍSTIC. PROCESSOS I TENDÈNCIES AL LITORAL DE TARRAGONA
Salvador Antón Clavé
ISBN:978-84-691-1887-0/DL: T-347-2008

cas que la informació estigui disponible, la necessitat de treballar amb mostres representatives implica elevats costos de temps i financers que habitualment només poden ser assumits pels organismes públics i les administracions que solen comissionar aquesta mena d'estudis. Per a superar el problema de les dades, la realització d'assumpcions prèvies o l'ús d'estimacions realitzades a partir de dades secundàries no són en absolut recomanables més enllà de les que són estrictament requerides pel model. El motiu és que poden ocasionar distorsions importants. Cal tenir en compte, d'altra banda, que qualsevol intent de reduir les exigències té conseqüències en la qualitat i el detall de l'anàlisi (Fletcher & Archer, 1991: 44)[100].

Es per aquest motiu que en alguns casos s'ha optat per metodologies alternatives com són versions simplificades del model input-output[101] o models *ad hoc*[102]. La construcció de models *ad hoc* és útil quan no existeixen amb detall i precisió les dades necessàries per a elaborar una taula input-output o quan, a causa dels costos associats a la seva realització, no sigui aconsellable el seu càlcul. Així ho ha plantejat, per exemple, S.S. Milne en relació a l'impacte del turisme a les Illes Cook (1987). Els seus resultats, malgrat que no es poden comparar amb la quantitat d'informació que proporcionen les taules input-output, permeten determinar la magnitud dels efectes de la despesa turística sobre l'economia regional. En aquest cas, el model utilitzat contempla el càlcul del nivell de Generació d'Ingressos Regionals (RIG) i de Generació d'Ocupació Regional (REG) derivada de la despesa turística[103].

---

turisme. Tenint en compte que l'estructura del sector està altament atomitzada en petits negocis, pot donar-se el cas que la informació necessària no estigui disponible.

100 J. Oosterhaven i E.D. van der Knijff (1987) indiquen com a dades imprescindibles per al càlcul de multiplicadors les següents: (1) el total de visitants per tipus d'activitat turística; (2) les despeses en productes regionals/locals per visitant; i (3) un model input-output regional o interregional.

101 J. Liu i T. Var (1982), per exemple, han adaptat models de Generació d'Ingressos Regional i de Generació d'Ocupació Regional a versions simplificades del model input-output per a calcular als efectes multiplicadors diferencials de la despesa turística en el sector de l'allotjament de la ciutat de Victòria al Canadà. L'adopció d'aquest tipus de criteris sol limitar, tanmateix, la utilitat dels multiplicadors estimats.

102 Els models *ad hoc* deriven parcialment de la formulació keynesiana del concepte de multiplicador recollida ja per M. Clawson i J.L Knetsch en el clàssic *Economics of Outdoor Recreation* (1966), adaptada per B.H. Archer i C.B. Owen (1971) i reelaborada per B.H. Archer (1977).

103 La seva elaboració ha implicat la realització d'àmplies mostres per a obtenir dades sobre ingressos i ocupació en les diferents indústries del sector turístic. El model ha resultat eficient pel fet que la

UNIVERSITAT ROVIRA I VIRGILI
DIFERENCIACIÓ I REESTRUCTURACIÓ DE L'ESPAI TURÍSTIC. PROCESSOS I TENDÈNCIES AL LITORAL DE TARRAGONA
L'espai del turisme
Salvador Antón Clavé
ISBN:978-84-691-1887-0/DL: T-347-2008

Cal tenir en compte, doncs, que els principals avantatges de l'estudi de l'impacte econòmic a través del càlcul de multiplicadors i, especialment, de la construcció d'una taula input-output, són les següents (Fletcher, 1989): (1) proporciona d'una visió completa de la inserció del turisme en l'economia local; (2) focalitza l'atenció en les interdependències sectorials de l'economia; (3) és una tècnica neutral i flexible; (4) possibilita l'estudi de l'impacte del turisme a tres nivells: directe, indirecte i induït; i (5) pot generar la millora de la informació estadística disponible.

Ara bé, malgrat els seus avantatges, diferents autors, entre els que l'han aplicat, han reconegut algunes importants limitacions a la tècnica de l'estimació de multiplicadors de despesa (Archer & Fletcher, 1988: 9; Cooper et al, 1993: 123-124; Fletcher, 1989)[104]. Són les següents: (1) que usualment les dades són difícilment obtenibles a nivell regional i local; (2) que en qualsevol cas es requereix la realització de feines de recollida d'informació extenses i costoses financerament i a efectes del temps d'obtenció de la informació; (3) que la implementació i interpretació del model implica la realització de certes assumpcions teòriques; (4) que la majoria de models assumeixen que cada unitat addicional de despesa turística genera exactament el mateix impacte en l'economia que la despesa turística prèvia; (5) que la majoria de models sobrestimen l'impacte d'una unitat addicional de despesa turística; (6) que ateses les elevades sortides que es donen en economies de petita dimensió els seus resultats a escala local ha estat discutida; (7) que habitualment els resultats s'obtenen només a nivell de sectors (amb elevada heterogeneitat interna) i no a nivell d'empreses o tipus d'empreses; (8) que no tenen en compte els efectes negatius o costos del desenvolupament turístic en les economies locals o regionals.

S'ha d'indicar, finalment, que l'estimació de multiplicadors, tot i la seva sofisticació analítica, és un procediment restringit i limitat pel que fa a l'anàlisi del paper del turisme en el desenvolupament regional i local[105]. Atès que

---

cobertura de les mostres ha depassat el 90% de les empreses turístiques i el 60% de les no turístiques. La insularitat i la reduïda dimensió de les Illes Cook han facilitat la seva resolució.

104 Qualsevol intent de superar-les a través de la implementació de models més sofisticats minimitza incrementa els requeriments en relació a les dades que es necessiten.

105 Des d'una posició crítica amb la complexitat de la tècnica dels multiplicadors -ja siguin els derivats de

UNIVERSITAT ROVIRA I VIRGILI
DIFERENCIACIÓ I REESTRUCTURACIÓ DE L'ESPAI TURÍSTIC. PROCESSOS I TENDÈNCIES AL LITORAL DE TARRAGONA
Salvador Antón Clavé
ISBN:978-84-691-1887-0/DL: T-347-2008

aquesta via d'anàlisi tracta tots els factors de producció com si el seu cost d'oportunitat fos nul -és a dir, atès que no ofereix informació sobre si l'ús turístic dels recursos és eficient des d'una perspectiva social- i que tampoc mesura els beneficis a llarg termini, es pot qüestionar, fins i tot, la seva idoneitat per a mesurar l'impacte del turisme. Aquest fet és degut a que, a més de qüestions de caràcter numèric i mecànic com poden ser els multiplicadors, aquesta metodologia no contempla altres qüestions com poden ser les externalitats generades, els costos associats al desenvolupament, la dinàmica empresarial o les característiques del mercat de treball de l'àrea objecte d'estudi. Per tant, si bé el seu ús ha estat útil des de determinades perspectives aplicades i, en alguns casos, com a argument ideològic per tal de justificar determinats desenvolupaments, no ha facilitat la inclusió del tema del turisme i del desenvolupament regional en els principals debats contemporanis en matèria de geografia econòmica i d'economia regional[106]. Tant és així que, malgrat els avenços que s'han fet al respecte, els estudis realitzats des d'aquesta perspectiva poques coses aporten pel que fa a tres qüestions bàsiques en relació als efectes de la urbanització turística sobre el desenvolupament:

(1) que el desenvolupament econòmic no es pot entendre sense la distribució dels recursos entre la població;

---

taules input-output o ja siguin els construïts *ad hoc*-; amb els usos erronis i els abusos -deliberats o accidentals-que s'han detectat i amb les ingents necessitats d'informació que precisa, S.L.J. Smith (1989) planteja mètodes alternatius més senzills per a mesurar la magnitud econòmica i l'impacte econòmic directe del turisme a escala local: (a) el model d'impacte local (mètode d'estimació directa a partir de dades primàries obtingudes de les empreses i dels propis turistes a través d'enquestes; i (b) l'estimació Kreutzwiser: mètode d'estimació de la despesa turística a partir de l'ús exclusiu de dades secundàries. Una perspectiva anàloga a la del model d'impacte local és la que adopta Alfredo Ascanio en els seus estudis sobre l'impacte econòmic dels hotels del passeig de Las Canteras a Las Palmas (1991) i sobre l'impacte econòmic del turisme a la illa de Lanzarote (1993). En el primer cas estudia els ingressos generats a Las Palmas pels turistes allotjats en els hotels d'una mostra seleccionada; el valor de la nòmina total i de l'ocupació directa atribuïble a l'impacte de la despesa turística del viatger peninsular i la productivitat hotelera. En el segon cas desenvolupa un model simple de simulació a partir de les dades d'allotjament hoteler i extra-hoteler. Un mètode similar a aquests és el que han proposat els assistents tècnics de l'hoteleria i el turisme de les *Chambres de Commerce et d'Industrie de France* per a avaluar l'importància del turisme en un departament. Proposat com a mètode *mínim*, es basa en l'estudi de la freqüentació, el volum de negocis i el nombre de llocs de treball generats pel turisme (Leroux, 1984).

106 De fet, tal com reporta S. Corbridge (1989: 224) les contribucions dels geògrafs a la qüestió del desenvolupament econòmic fins als anys setanta han estat gairebé insignificants.

UNIVERSITAT ROVIRA I VIRGILI
DIFERENCIACIÓ I REESTRUCTURACIÓ DE L'ESPAI TURÍSTIC. PROCESSOS I TENDÈNCIES AL LITORAL DE TARRAGONA
Salvador Anton Clavé

ISBN:978-84-691-1887-0/DL: T-347-2008

(2) que les relacions entre espais condicionen la capacitat de desenvolupament de cadascun d'ells; i

(3) que, com a activitat de consum, el turisme està en confrontació -des de múltiples perspectives- amb la conservació del medi.

UNIVERSITAT ROVIRA I VIRGILI
DIFERENCIACIÓ I REESTRUCTURACIÓ DE L'ESPAI TURÍSTIC. PROCESSOS I TENDÈNCIES AL LITORAL DE TARRAGONA
Salvador Antón Clavé
ISBN:978-84-691-1887-0/DL: T-347-2008

Capitol 2
La inserció espacial del turisme

Si bé la base de la societat en els darrers dos segles ha estat la indústria i, per aquest motiu, el principi sociològic del creixement urbà ha estat la industrialització, la necessitat que reclama Castells de partir de la definció social i tècnica d'un sistema de producció per a entendre la gènesi de les seves formes espacials (Castells, 1975: 83) obliga a reconsiderar, en aquest tombant de segle, algun criteris generalment assumits que no han tingut en compte la irrupció d'unes activitats com el turisme i el lleure que, a partir de la seva caracterització com a activitats consumptives necessàries per a una part important -la més desenvolupada i amb major capacitat d'impacte- de la població mundial, han contribuït de manera decisiva a una urbanització distintiva de l'espai. Aquesta urbanització distintiva es pot caracteritzar en base als següents criteris: la polarització espacial, la segmentació de mercats, la polarització temporal i la pressió sobre el medi (Williams, 1992: 4-5).

Múltiples exemples d'arreu del món demostren que la funcionalització turística de l'espai ha tingut com a conseqüència més rellevant la creació d'estructures urbanes i regionals de característiques singulars que no són altra cosa que l'expressió específica, al nivell de les formes espacials, del mode de producció d'una societat de temps dividits com és la contemporània. A dir de J.E. Sánchez (1985: 111), el lleure està "emmarcat en una formació social i, per tant, en unes relacions de poder que generen un espai social específic." Des d'aquesta perspectiva es pot concebre el turisme com una activitat productiva que té en el paisatge -entès com la plasmació territorial de l'acció de l'home sobre el medi físic- la seva matèria primera principal i que genera a partir d'ell, i sovint a costa d'ell, un producte de consum. La seva implantació ocasiona la transformació del sòl en mercaderia, l'aparició de nous usos en l'espai, l'adaptació

UNIVERSITAT ROVIRA I VIRGILI
DIFERENCIACIÓ I REESTRUCTURACIÓ DE L'ESPAI TURÍSTIC. PROCESSOS I TENDÈNCIES AL LITORAL DE TARRAGONA
Salvador Anton Clavé

ISBN:978-84-691-1887-0/DL: T-347-2008

de les estructures territorials pre-existents a noves i diferents funcions[1] i la transformació de la base productiva local i regional. Implica, per tant, la creació d'un espai particular que es pot denominar espai de destinació turística i, per la pròpia naturalesa receptiva de l'activitat, la configuració d'estructures urbanes que, funcionalment i morfològicament, poden considerar-se singulars. Implica, en definitiva, la configuració d'un espai-territori que es objecte de transformació i la creació d'un espai-xarxa que és resultat de les necessitats i condicions productives, fora del propi espai de destinació, del sistema productiu localitzat en l'espai-territori.

L'element central del turisme és el consum d'un tipus de béns i serveis que tenen com a principal objectiu la consecució de benestar en un entorn espacial diferent de l'habitual[2]. Els espais de destinació turística responen a aquesta finalitat a través de la la seva urbanització. A diferència de les ciutats desenvolupades durant els segles anteriors, la urbanització de les ciutats turístiques tendeix a donar resposta -teòricament-a la necessitat de satisfer la voluntat de consum superflu de les persones -el lleure- en lloc de les seves necessitats de consum col.lectiu (Mullins, 1991: 326). Es en base a aquest raonament que es pot admetre que la seva funcionalitat, el seu hàbitat i la seva dinàmica són substancialment diferents en origen a la de la resta de formes de poblament[3]. Per aquest motiu també han estat proposades nocions com la de *ciutat post-moderna* -malgrat que sovint s'ha definit de manera imprecisa- per a comprendre els processos recents d'urbanització turística[4](Mullins, 1991: 327).

---

[1] Les condicions físiques, el mode d'ocupació anterior de l'espai i els trets socio-econòmics i polítics característics de cada societat afecten la configuració posterior de l'espai turístic (Clary, 1986: 7).

[2] El consum ha estat tradicionalment una marca de diferenciació social (Mullins, 1991: 329).

[3] Per al cas espanyol, J.F. Vera (1989: 281), destaca, per exemple, tres singularitats clau de les ciutats turístiques: (1) tenen enormement atenuada la mobilitat treball-residència a conseqüència del predomini de les activitats de lleure i del caràcter de l'estructura urbano-turística com a ciutat producte; (2) hi perd interès la lògica de centralitat i en guanyen altres elements com les perspectives sobre el mar o el paisatge; (3) l'habitat, d'ocupació no permanent, incorpora altres dimensions que posen de manifest la funció del lleure i perden significat alguns equipaments característics de la vida urbana convencional (docents, culturals, etc.) en benefici d'altres (esportius, recreatius).

[4] Altres conceptes també utilitzats per a estudiar l'evolució de les ciutats no són, segons aquests autors, tan apropiats. Així, la noció de consum col.lectiu, no és aplicable pel fet que fa referència més a l'estat que al consum, és a dir, al paper de l'estat en la provisió dels equipaments necessaris per al consum que al consum per ell mateix. De la mateixa manera, el concepte de suburbanització, que fa referència al consum massiu dels béns necessaris per a la reproducció de la força de treball i que es basa en la idea que l'emergència d'un nou sistema d'acumulació de capital -el fordisme-va fer possible uns increments de

UNIVERSITAT ROVIRA I VIRGILI
DIFERENCIACIÓ I REESTRUCTURACIÓ DE L'ESPAI TURÍSTIC. PROCESSOS I TENDÈNCIES AL LITORAL DE TARRAGONA
Salvador Antón Clavé
ISBN:978-84-691-1887-0/DL: T-347-2008

El valor que té l'espai de destinació turística ve donat per l'ús que d'ell està disposat a fer-ne el seu consumidor potencial o real. Aquest valor evoluciona amb el temps en funció dels seus atractius i equipaments i en funció de les tendències existents en matèria de preferències recreatives. En conseqüència, tot i que l'espai de destinació turística és concret i objectiu, el seu valor és variable en funció de la percepció que d'ell en tenen els seus potencials consumidors[5] (Valenzuela, 1986: 48). En general, però, és un valor que ve donat per la seva capacitat de facilitar la realització d'activitats lúdiques i de descans o de descobrir noves maneres de viure[6] (Barba, 1991: 18).

Per tant, seguint les aportacions fetes per P. Mullins (1991: 331), a partir de la seva recerca a la *Gold Coast* australiana, es pot definir la urbanització turística contemporània com una forma singular d'urbanització que té els següents elements distintius:

(1) és *espaciament* diferent perquè és socialment diferent;

(2) és *simbolicament* distintiva, amb símbols urbans que actuen com a esquers per als turistes;

(3) es distingeix per un *ràpid creixement de la població i de la força de treball*;

---

productivitat que van redundar en increments reals dels salaris i, en darrer terme, en l'increment del consum, és també poc apropiat. En canvi, la catalogació de la ciutat turística com a ciutat post-moderna es fonamenta en el fet que -en la seva formulació més pura- es tracta d'un tipus de ciutat construïda enterament i explícitament per al lleure (Mullins, 1991) o -en el cas que el turisme aprofiti assentaments pre-existents- orientada radicalment cap a aquesta activitat. Tanmateix, des d'altres aproximacions que també es consideren hereves del post-modernisme i que consideren que els canvis culturals de la societat contemporània porten a la indiferenciació dels objectes de consum turístic i a la generalització dels recursos susceptibles de generar *experiències turístiques*, les ciutats turístiques són interpretades com el resultat històric, encara pervivent i prevalent, de les pautes de consum recreatiu pròpies de la societat moderna (Urry, 1990).

[5] Aquest valor també varia en funció de si el turista estableix o no vinvles territorials amb la realitat que visita. Si n'estableix, l'espai turístic tendeix a convertir-se en un entorn de residència secundària (Sánchez, 1985: 104).

[6] Tanmateix s'ha de destacar la variabilitat d'aquest valor en funció, especialment, del paper de les diferents classes socials en la configuració de les modes i de les tendències turístiques.

UNIVERSITAT ROVIRA I VIRGILI
DIFERENCIACIÓ I REESTRUCTURACIÓ DE L'ESPAI TURÍSTIC. PROCESSOS I TENDÈNCIES AL LITORAL DE TARRAGONA
La inserció espacial del turisme
Salvador Anton Clavé
ISBN:978-84-691-1887-0/DL: T-347-2008

(4) es distingeix per un *sistema de producció flexible* que és conseqüència del post-fordisme;

(5) es distingeix per una intervenció *pública* que és de caràcter incentivador;

(6) es distingeix per formes de *consum* de lleure de masses i segmentades; i

(7) es distingeix per una *població resident* socialment distintiva, ja que la urbanització és socialment diferent.

1. La transformació física dels espais de destinació turística

En base als raonaments fets fins al moment, el territori turístic s'ha de caracteritzar pel fet que la seva organització permet satisfer una demanda que es fonamenta en un ús diferencial del temps i en el consum d'uns tipus específics de béns[7]. Per tant, malgrat la generació d'amplis conjunts urbanitzats, pel fet que l'ús econòmic i social de l'espai turístic és diferent del de la producció urbana, s'ha d'entendre que la urbanització turística respon -o hauria de respondre- a una pràctica urbana singular, funcionalment i estructuralment diferenciada de la de la ciutat convencional. De fet, és de destacar, per exemple,

(1) que té una lògica de centralitat difusa i generalment depenent de l'aparició de noves peces urbanes;

[7] Fins i tot en les ciutats convencionals la tendència al consum superflu ha ocasionat l'aparició d'àmplies àrees urbanes destinades explícitament al consum i al lleure dels turistes i, especialment, al consum dels propis residents urbans. Els diferents espais urbans destinats al consum s'adrecen a segments diferenciats de població, però, globalment, abasten tota la població. D'aquesta manera, sense deixar d'invocar la massa -el consum de i per a tothom-, es diferencien tipus de demanda i, més important encara, des de l'esfera productiva, es generen diferents paquets d'equipaments recreatius i turístics per a cadascun dels tipus d'aquesta demanda.

UNIVERSITAT ROVIRA I VIRGILI
DIFERENCIACIÓ I REESTRUCTURACIÓ DE L'ESPAI TURÍSTIC. PROCESSOS I TENDÈNCIES AL LITORAL DE TARRAGONA
Salvador Antón Clavé
ISBN:978-84-691-1887-0/DL: T-347-2008

(2) que entra, parcialment o globalment, en fase de reestructuració urbana en curts períodes de temps;

(3) que importa i experimenta sobre infinitat de productes construïts i instruments d'intervenció; i

(4) que abandona ràpidament la dominància de les pròpies peces que dissenya i genera[8].

Es a dir, malgrat estar sotmesa a la inèrcia i rigidesa de qualsevol estructura urbana, es caracteritza per la seva flexibilitat i la seva contínua recerca de sistemes de canvi -regulats o no- a fi de fer front l'angoixant competència externa a curt termini a què està sotmesa en l'intent de capturar els seus residents.

1.1. La urbanització de l'espai de destinació turística

La suposició -errònia- que la urbanització turística és un fenomen anàleg al de la resta de ciutats i la no diferenciació, fonamental per altra banda, entre la ciutat convencional, destinada -fins fa poc temps- exclusivament a l'habitatge, la producció i la distribució, i la ciutat turística, destinada al consum[9], ha generat infinitat de malsentesos a nivell acadèmic i tècnic i en les esferes de planificació i gestió territorial i ha retardat considerablement l'estudi diferenciat de la urbanització turística i el desenvolupament de conceptes i instruments específics per a ella[10].

---

[8] Es el turisme de masses i la seva derivació actual sota el signe de la segmentació, el post-turisme, el fenomen que, de fet, genera moviment econòmic significatiu. Per aquest motiu, cal dotar de nous productes i d'una nova concepció de l'espai urbanitzat les actuals perifèries residencials de temporada en que s'han convertit molts espais inicialment turístics després de desorganitzar, liquidar o remodelar l'espai agrícola o natural pre-existent.

[9] Quan les teories a l'ús han incorporat elements de consum ha estat en relació a necessitats bàsiques -que s'han vingut a generalitzar amb el termes de consum col.lectiu (Pinch, 1989).

[10] Tal com afirma Rosa Barba (1991: 15), el fet que els llocs del turisme no hagin estat mai reconeguts -fins ara- com a espais subjectes a un fenomen diferent al de la urbanització residencial ha tingut com a

UNIVERSITAT ROVIRA I VIRGILI
DIFERENCIACIÓ I REESTRUCTURACIÓ DE L'ESPAI TURÍSTIC. PROCESSOS I TENDÈNCIES AL LITORAL DE TARRAGONA.
Salvador Anton Clavé
ISBN:978-84-691-1887-0/DL: T-347-2008

Es pot entendre que una de les raons fonamentals de la manca de distinció rau en el fet que la urbanització turística ha derivat tradicionalment en molts casos, cap a una única opció econòmica que és la d'extreure rendes urbanes d'un sòl que es considera no productiu. Aquest és, de fet, el paradigma explicatiu de bona part de l'urbanisme turístic espanyol fins a èpoques ben recents[11]. Segons aquest paradigma, en els espais de destinació turística, el sòl, en tant que mercaderia, s'ha usat o consumit de manera directa -quan s'ha ocupat per a la instal.lació d'infrastructures- o de manera indirecta -quan s'ha utilitzat com a reclam extern de la pròpia infrastructura turística- amb la finalitat de configurar un imaginari turístic específic. En el primer dels casos -l'ocupació del sòl-, l'espai s'ha sotmès a un progressiu procés de transformació que ha pogut adoptar diferents modalitats segons la dimensió turística o residencial dels equipaments que s'hi han localitzat[12]; en el segon cas, l'espai ha estat objecte d'aprofitament privat -des del punt de vista del consumidor però també del productor-malgrat la seva condició de bé públic.

---

conseqüència que el seu creixement s'hagi vist deslligat de les formes espacials que ha necessitat i de la gestió adequada per a les seves particularitats productives. En l'actualitat, quan han entrat en crisi les estructures creades o han manifestat de forma angoixant la pesadesa de les seves inèrcies, s'ha començat a fer política i emetre anàlisis sota la premisa que "l'espai turístic ha de ser usat, viscut, figurat arquitectònicament i sentit de manera diferent al de la ciutat quotidiana". Per als arquitectes Leira i Quero -autors d'aquesta afirmació-, el motiu és clar: els turistes projecten sobre la ciutat turística altres fantasies que les habituals i hi desenvolupen comportaments diferents (Leira & Quero, 1991: 4).

11 En el cas espanyol, l'urbanisme turístic s'ha realitzat a partir de l'aplicació mimètica dels instruments urbans convencionals i, en tots els casos, la manca de directrius d'ordenació territorial ha tingut resultats nefastos (Vera, 1989: 283). La pròpia configuració política de l'Espanya dels anys seixanta, el moment de la primera expansió urbano turística, no ha col.laborat a què l'assentament del turisme en l'espai es caracteritzi per la modelació del sòl més que per la seva ocupació indiscriminada. L'ocupació turística del territori ha estat tan caòtica com la de bona part dels creixements residencials de l'Espanya dels anys seixanta (Terán, 1982) i ha participat del component d'informalitat i d'il.legalitat -propi del capitalisme perifèric i semiperifèric- amb què alguns investigadors han caracteritzat diverses esferes de la vida urbana del Mediterrani europeu (Leontidou, 1990: 19).

12 A causa de l'aparició de mecanismes de producció de sòl de caràcter urbà, el turisme provoca que aquest sòl adquireixi un valor de canvi sovint molt per damunt del que hauria estat raonable durant les etapes prèvies a la del desenvolupament turístic.

UNIVERSITAT ROVIRA I VIRGILI
DIFERENCIACIÓ I REESTRUCTURACIÓ DE L'ESPAI TURÍSTIC. PROCESSOS I TENDÈNCIES AL LITORAL DE TARRAGONA
Salvador Antón Clavé
ISBN:978-84-691-1887-0/DL: T-347-2008

1.1.1. L'evolució de la ciutat turística

Diversos models evolutius han intentat donar raó dels processos de canvi en els espais turístics (veure, en aquest sentit, les explicacions de Pearce, 1987 i Agarwal, 1992). L'any 1973 Stanley C. Plog ja va dedicar un article a analitzar per què els espais de destinació turística creixen i decauen en popularitat (Plog, 1973). Deu anys abans, al 1963, Christaller ja havia apuntat l'existència de diversos factors per a explicar l'evolució d'un nucli turístic (Christaller, 1963). Posteriorment, nombrosos estudis empírics de caràcter espacio-temporal han abordat aquest tema. D'aquests estudis se'n dedueix que les característiques i les dimensions dels espais de destinació turística varien tant a conseqüència dels canvis a la demanda com a conseqüència de la seva dotació en serveis i infrastructures, ja siguin privades o públiques (Gordon & Goodall, 1992: 41).

Diferents autors han intentat sintetitzar de manera teòrica aquestes aportacions. Des d'una perspectiva neopositivista, Miossec (1977) ha establert, després de sistematitzar de manera global l'espai turístic a partir de l'aplicació que dels models de Von Thünen i Weber va realitzar Yokeno (1968), que els nuclis turístics passen per diferents fases caracteritzades cada una d'elles per un creixement quantitatiu a ritme variable seguit d'un trencament qualitatiu. El model de Miossec distingeix una fase pre-turística (on el turisme no és present sobre el territori); una fase primera en la qual el turisme es manifesta tímidament després del naixement desenclavat d'un nucli turístic precursor; una segona fase originada a partir del moment en que s'ha demostrat que l'activitat turística és viable i que comporta la multiplicació de nuclis turístics i infrastructures; una tercera fase d'organització de l'espai; una quarta fase de consolidació amb clara tendència a la saturació i on el turisme envaeix tot el territori i, finalment, una cinquena fase -implícita- en la qual apareix la necessitat de reordenar l'espai a fi de no perdre mercat. El model, que preveu fenomens específics en cada fase en relació als nuclis turístics, al transport, al comportament dels turistes i a la resposta de la població receptora, resulta difícil de reconèixer estrictament en cada cas concret. El motiu és que els diferents impulsos de creixement de cada espai turístic no es corresponen, generalment, amb les previsions de caràcter genèric que contempla el model per a cada un d'ells[13].

[13] Més recentment, Chadefaud (1987) ha establert un model sistèmic que parcel.la l'evolució de l'espai turístic en tres grans moments, el de creació, el de maduresa i el d'obsolescència del producte. El

UNIVERSITAT ROVIRA I VIRGILI
DIFERENCIACIÓ I REESTRUCTURACIÓ DE L'ESPAI TURÍSTIC. PROCESSOS I TENDÈNCIES AL LITORAL DE TARRAGONA.
Salvador Anton Clavé
ISBN:978-84-691-1887-0/DL: T-347-2008

Malgrat la seva simplicitat ha estat el model conegut com a *resort life cycle* (cicle de vida del nucli turístic), proposat per Butler (1980), el que ha estat utilitzat amb més assiduïtat, especialment en la literatura anglosaxona, com a model de referència per a descriure els processos d'evolució dels nuclis turístics. Com ja s'ha apuntat, aquest model és una aplicació específica del concepte de cicle de vida d'un producte proposat per Vernon (1966) en el camp del turisme (Cooper, 1992). En termes generals, preveu una relació positiva entre l'increment del nombre de visitants i el desenvolupament turístic, especialment en matèria d'allotjament. Suggereix, així mateix, que existeix una jerarquia de nuclis turístics que es pot definir en funció del seu nivell de desenvolupament, tipus d'allotjament, grau de participació de l'empresariat local i forà i estatus dels visitants[14]. El declivi -una de les alternatives previstes en el model- deriva de la incapacitat de competir. Contempla, tanmateix, que si es prenen mesures prèvies de reorientació, el declivi pot ser substituit por diferents graus de revitalització. Anticipa, per tant, la necessitat d'assegurar un exitós desenvolupament dels nuclis turístics més enllà de la inevitable -segons el model- arribada a una fase d'estabilització que pot conduir al declivi. Donat el seu caràcter elemental, és aquesta una de les seves principals aportacions.

El model de Butler ha estat àmpliament discutit a causa de les seves limitacions teòriques i de les seves carències (Agarwal, 1992). Així, a nivell general, s'ha assenyalat que existeixen diversitat de possibles cicles d'evolució que poden no seguir de forma explícita el procès proposat; que ignora la possibilitat que factors externs influenciïn l'evolució del nucli turístic; que no té en compte qüestions d'escala; que és monosectorial; o que presenta la destinació turística com un producte singular quan, a diferència d'un producte, un nucli

---

primer és el de la localització espacial de les primeres relacions entre la demanda social -el mite, en la terminologia de l'autor- i el producte, és dir, el moment de l'oferta immaterial de representacions mentals que impulsa una oferta material d'alotjaments i equipaments. El segon és el d'expansió, d'acumulació d'inversions i consolidació de l'espai material i la seva estructura funcional. El tercer és el de inadequació entre oferta i demanda a conseqüència de l'aparició de nous mites, de canvis de mentalitat, de pèrdua de competitivitat del producte i del declivi de la demanda com a conseqüència de processos de desmitificació. Finalment, com en el model de Miossec i com en altres casos, Chadefaud contempla una última fase de reconversió-mutació.

[14] Butler proposa una evolució en sis fases: exploració, participació, desenvolupament, consolidació, estancament i post-estancament. Donades les característiques de cada una d'elles, l'evolució del nucli turístic tendeix, gràficament, a adoptar una forma de S. Admet, tanmateix, que, segons siguin les decisions dels agents económics, la fase de post-estancament pot presentar diverses posibilitats.

UNIVERSITAT ROVIRA I VIRGILI
DIFERENCIACIÓ I REESTRUCTURACIÓ DE L'ESPAI TURÍSTIC. PROCESSOS I TENDÈNCIES AL LITORAL DE TARRAGONA
Salvador Antón Clavé
ISBN:978-84-691-1887-0/DL: T-347-2008

turístic és un mosaic d'elements diferents (hotels, parcs, etc.) que presenten, cada un d'ells, el seu propi cicle (Haywood, 1986; Gordon & Goodall, 1992). S'ha discutit, a més a més, sobre la seva connexió amb els plantejaments derivats de la noció de capacitat de càrrega i de les seves implicacions de cara a la gestió i planificació d'espais turístics (Wall, 1982; Martin & Uysal, 1990) i s'ha determinat, finalment, que si bé és útil des d'un punt de vista teòric i analític, la seva utilització és més complexa com a instrument per a la planificació estratègica o com a instrument de previsió (Cooper, 1992).

Tanmateix, múltiples estudis han estat realitzats en el marc conceptual traçat pel model. S'ha dedicat especial atenció, entre d'altres, a qüestions tals com l'impacte de les decisions i estratègies empresarials en l'evolució dels nuclis turístics (Debbage, 1990); el paper de l'estat i del context local en relació a les accions dels inversors extrangers (Ioannides, 1992); les diferències de percepció ambiental en les diferents fases del cicle (Meyer & Arendt, 1985); la relació entre el turisme alternatiu i l'evolució dels nuclis turístics (Järviluoma, 1992); la influència de la situació geogràfica relativa, la diversitat de la base turística i l'eficàcia de la planificació en la capacitat de gestió del declivi (Hovinen, 1982); les particularitats del cicle de vida de les residències secundàries (Godbey & Bevins, 1987) o; especialment, l'anàlisi de processos de canvi desenvolupats a partir de la fase d'estancament.

En relació a aquest últim tema s'han analitzat, entre altres, qüestions tals com l'increment del segment de demanda de la tercera edat (Foster & Murphy, 1991); l'estabilització del declivi a través de la generalització de les residències secundàries (Strapp, 1988); el paper de l'administració en la gestió de la resposta al declivi (Cooper & Jackson, 1989; Cooper, 1990); o el paper de la planificació en els processos de regeneració (Getz, 1992). Aquestes aportacions han permés observar, així mateix, la incidència de factors externs en la pròpia evolució i, en determinades circumstàncies, en el declivi dels nuclis turístics (especialment, a nivell de desenvolupament comparat, de rivalitat entre àrees turístiques, de desenvolupament de noves atraccions, de legislació i decisions públiques, de preus, etc)[15].

[15] Altres autors han hipotetitzat altres models. Aquest és el cas per exemple de Russell Smith (1992) el qual, partint de la base que l'evolució dels centres turístics de costa implica, fonamentalment, la urbanització, planteja un model en vuit fases que denomina TBRM (Tentative Beach Resort Model). Les fases són: (A) pre-desenvolupament; (B) exploració; (C) primer hotel; (D) tendència de