

Fuentes y técnicas para el estudio del turismo en las ciudades históricas

ABORDAR cualquier investigación supone, en primera instancia, una revisión crítica de las fuentes disponibles y el diseño preliminar de la investigación (las técnicas y su sistema de articulación). En este sentido, el turismo y la ciudad histórico-turística, en cuanto que objetos de investigación, constituyen realidades complejas, que eluden acercamientos unidimensionales y requieren de un amplio abanico de fuentes y técnicas de investigación. Un acercamiento general, al que se dedica la primera parte de esta Nota, requiere una profunda revisión documental de las fuentes disponibles y la utilización de inventarios, encuestas o entrevistas a informantes clave. Un acercamiento más específico, objeto del segundo apartado, necesita de una aproximación más unidimensional, aunque no menos profunda. En suma, el objetivo de la investigación y la adecuación con cada una de las dimensiones de la temática de análisis, ya sea el patrimonio y los recursos culturales, los flujos turísticos o el medio ambiente urbano, determinan la elección de una u otra forma de investigación.

I FUENTES DISPONIBLES Y TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN

En buena medida, el turismo constituye un fenómeno transversal que incide sobre la práctica totalidad de los componentes que forman el sistema urbano de las ciudades históricas. En consecuencia, determina que las fuentes de información sean múltiples y la organización de la investigación compleja. La explotación de las fuentes disponibles es, en la mayoría de los casos, insu-

ficiente. La elaboración de datos específicos, mediante investigaciones de campo, resulta por tanto ineludible.

I. FUENTES DISPONIBLES Y RECOPIACIÓN DOCUMENTAL

La recopilación documental de las fuentes de información disponibles, tanto estrictamente turísticas como de tipo económico, urbanístico, demográfico o medioambiental, presenta una operatividad limitada y requiere una importante labor de depuración para obtener información realmente operativa. En líneas generales, la investigación en el ámbito del turismo se encuentra dificultada por aspectos como la dispersión de la información disponible y la ausencia de series estadísticas sobre parámetros fundamentales (flujos de visitantes, empleo generado, carga turística, etc).

El Instituto de Estudios Turísticos (I.E.T.), dependiente del Ministerio de Economía y Hacienda, gestiona dos grandes operaciones estadísticas de carácter continuo: *Movimientos Turísticos en Fronteras (FRONTUR)* y *Movimientos Turísticos de los Españoles (FAMILITUR)*. La primera tiene como objetivo estimar el número de viajeros que atraviesan las fronteras mientras que FAMILITUR está concebida para estimar el número de viajes realizados por los residentes en España, tanto dentro del territorio nacional como en el extranjero. En ambas se realiza una caracterización somera del viajero y su desplazamiento sobre la base de un número reducido de variables: edad y sexo, nivel de estudios, situación en relación con la actividad, fecha y duración del viaje, zonas visitadas, número de pernoctaciones y tipo de alojamiento utilizado, motivos del viaje, medio de

transporte, actividades realizadas, grado de satisfacción con determinados aspectos del viaje (precios, actividades culturales y espectáculos, etc), gasto aproximado, organización del viaje, etc.

La utilidad que presentan las estadísticas del IET para el estudio del turismo en las ciudades históricas es muy reducida. Las variables sobre destino del viaje únicamente se explotan a nivel de Comunidad Autónoma, circunstancia que no hace posible discernir los desplazamientos específicos a destinos histórico-culturales. De forma paralela, el énfasis en el turista, el visitante que pernocta, y especialmente en el turista de larga duración (aquel que pernocta en el lugar de destino tres o más noches), no permiten apreciar en su justa medida el fenómeno del excursionismo, el visitante de un día, de gran incidencia sobre buena parte de las ciudades históricas. No obstante, ambas estadísticas constituyen una referencia básica a efectos de establecer el marco general de la demanda turística sobre el territorio nacional. Es más, una explotación adecuada de ambas estadísticas permite realizar un seguimiento temporal sobre determinados aspectos clave de la demanda de los productos turístico-culturales, caso de la importancia de las motivaciones culturales en los desplazamientos, el peso de las actividades relacionadas con la cultura (asistencia a espectáculos, visita a museos, etc) durante la estancia, o el grado de satisfacción con la oferta cultural utilizada.

El Instituto Nacional de Estadística (I.N.E.) elabora mensualmente las estadísticas sobre *Movimientos de Viajeros en Establecimientos Hoteleros*, con información cruzada sobre la nacionalidad de los viajeros y la categoría de los establecimientos que ocupan. El nivel de agregación de los datos publicados, provincial y nacional, no hace posible una utilización directa en los estudios sobre el tema que nos ocupa. Además de la operación estadística anterior, el I.N.E. ha realizado una serie de encuestas sobre los sectores de la hotelería y la restauración. La primera, *Encuesta sobre la Estructura de los Establecimientos Hoteleros*, presenta los resultados, a nivel nacional y autonómico, de la actividad económica del sector. La *Encuesta sobre la Estructura de las Empresas de Restauración* se centra en aspectos como las dotaciones de personal, gastos e ingresos, etc. Ambas presentan una utilidad bastante reducida, aunque permiten obtener una panorámica general sobre estos sectores de actividad.

En ocasiones, las limitaciones que presentan las estadísticas del Instituto de Estudios Turísticos y el Instituto Nacional de Estadística pueden ser suplidas por estadísticas de ámbito local, publicadas por organismos

municipales, provinciales o autonómicos. Aunque no son muchas las entidades con capacidad para elaborar y publicar registros continuados (*Turisme de Barcelona*, etc), en algunos casos ofrecen una información bastante completa sobre un amplio abanico de parámetros de la actividad turística local: volumen y evolución de la oferta hotelera, número de pernoctaciones y niveles de ocupación, caracterización de los turistas según edad, sexo, nacionalidad, motivo del viaje o medio de transporte utilizado, afluencia de visitantes a lugares de interés y determinados eventos, etc.

Dentro de las producciones editoriales sobre turismo, cabe destacar las publicaciones de la *Asociación Española de Expertos Científicos en Turismo* (AECIT), especialmente los volúmenes correspondientes a «*La actividad turística española*» de los años 1994 y 1995 (el volumen de 1996 se encuentra en fase de elaboración). Esta publicación tiene como objetivo aportar un balance de la actividad turística española a nivel anual. A tales efectos, se organiza en seis apartados: la evolución de la actividad turística desde el punto de vista nacional (sector hotelero, restauración, etc), producción y distribución de productos turísticos (agencias de viaje, transporte aéreo, etc), política turística de la administración central (promoción, formación, etc), coyuntura y política turística autonómica (legislación), principales productos turísticos locales (litoral, montaña, rural, convenciones y congresos, cultural, etc) y los principales acontecimientos del sector. Cada obra concluye con un anexo estadístico en relación a aspectos como la balanza turística y el volumen de visitantes y de pernoctaciones.

Dada la reducida utilidad de las fuentes del ámbito turístico, es necesario recurrir a toda una serie de fuentes complementarias de carácter sectorial. Existen múltiples criterios para la clasificación de este tipo de fuentes. Atendiendo a su soporte, se pueden distinguir cuatro tipos fundamentales de documentos: escritos, numéricos o estadísticos, de imagen y sonido, y cartográficos. En función de su origen, es posible diferenciar entre fuentes históricas, informes y estudios, registros estadísticos, memorias y anuarios, documentos oficiales y registros administrativos, prensa y literatura, etc.

Sin embargo, mayor operatividad presenta una clasificación que atienda al contenido de la información obtenible. Conforme a este criterio, se diferencian documentos en relación a los recursos culturales (inventarios de patrimonio, documentos de planeamiento, guías de recursos, etc), flujos turísticos y perfil del visitante (registros de museos, pernoctaciones, informes en base a encuestas, etc), gestión comercial del turismo (memo-

rias de actividades, folletos publicitarios, etc), economía turística (*Censos de Locales* del INE, listados del I.A.E., registros de las Cámaras de Comercio, guías de hoteles, etc), política y estrategia turística (informes, memorias de gestión, directrices de planificación estratégica, etc) y toda aquellos aspectos que se determinen como objeto de análisis. Las fuentes de carácter sectorial son múltiples, únicamente el objetivo específico de la investigación determinan la utilización de unas u otras.

2. SISTEMAS DE PRODUCCIÓN DE DATOS: INVENTARIOS, ENCUESTAS Y ENTREVISTAS NO ESTRUCTURADAS

Como se ha señalado anteriormente, el examen crítico de las fuentes documentales disponibles, del ámbito turístico o de carácter sectorial, no resulta suficiente, en general plantean problemas de validez y significación, la práctica totalidad de los datos tienen carácter secundario (han sido recogidos o establecidos por otros) y no permiten un contacto directo con los hechos y fenómenos objeto de análisis. Estas limitaciones obligan a implementar procedimientos de obtención de información específicos, que respondan de forma concreta a las necesidades de la investigación. Los instrumentos de obtención y recogida de datos son básicamente tres, inventarios, encuestas y entrevistas, los dos primeros de filiación cuantitativa y el tercero de carácter más cualitativo. El objetivo de la investigación y la adecuación con cada una de las dimensiones del objeto de análisis determinan la elección de uno u otro sistema.

Los *inventarios* o *censos* tienen por objeto conocer el número y las características de la totalidad de los elementos que componen el universo o población objeto de análisis. Mediante trabajo de campo, se cumplimenta un cuestionario o ficha normalizada por cada uno de las unidades que forman parte de la población de referencia (personas, edificios, locales, etc). Sistema de elevado costo, en buena medida su concurso es inevitable, ya que apenas se dispone de información a una escala adecuada sobre una serie de parámetros básicos del turismo en las ciudades históricas: edificios de uso turístico, establecimientos con funcionalidad turística total o parcial, impactos paisajísticos, afluencia o frecuentación de determinados espacios públicos, etc.

Las *encuestas*, en base a muestras, permiten conocer las características del universo de referencia a un coste mucho menor, ya que mediante la muestra se reconstruyen modelos reducidos de la población con resultados extrapolables a la totalidad del colectivo. Aunque exis-

ten serias dificultades para determinar de una manera precisa el universo objeto de estudio, las encuestas (entrevista personal, cuestionario por correo, entrevista telefónica) son utilizadas frecuentemente en el análisis de la demanda, las características y motivaciones de los visitantes que acuden a las ciudades históricas. También presentan utilidad en el conocimiento de determinados aspectos de poblaciones bien conocidas (perfil del empresariado turístico, etc).

Las *entrevistas no estructuradas* posibilitan obtener una información diferente, no cuantificable, aunque complementaria a los datos producidos mediante inventarios y encuestas. El análisis del discurso de determinados *testigos privilegiados* nos acerca al campo de las dimensiones estructurales, al ámbito de las motivaciones, a lo implícito y lo latente, a una primera explicación de los datos o, al menos, a una aproximación a los fenómenos que subyacen en los datos a través de la perspectiva de cada uno de los agentes. La ciudad histórico-turística, en tanto que un sistema social, es un campo de fuerzas en interacción, el escenario donde actúan múltiples actores (administración turística local, hosteleros, comerciantes, representantes eclesiásticos, asociaciones vecinales, fundaciones de salvaguarda del patrimonio cultural, emprendedores culturales, etc) con intereses y motivaciones diferentes cuando no opuestos.

En síntesis, la investigación del turismo en las ciudades históricas resulta una tarea compleja, cuyo diseño e implementación presenta dificultades por la naturaleza multidimensional del objeto de análisis y la escasa operatividad de las fuentes de información disponibles, ya sean turísticas o de carácter sectorial. En consecuencia, la opción más adecuada estriba en un pluralismo metodológico que permita acceder a cada una de las dimensiones del fenómeno mediante un uso estructurado de técnicas de recopilación documental, de técnicas de origen cuantitativo y de técnicas de matiz cualitativo que, en conjunto, permitan una aproximación global al estudio del turismo en las ciudades históricas.

II

FUENTES Y TÉCNICAS PARA EL ANÁLISIS DE LOS PRINCIPALES BLOQUES TEMÁTICOS

La focalización de los análisis en una única dimensión del fenómeno turístico (aspectos económicos, medioambientales, etc) no evita la utilización de un amplio abanico de fuentes y recursos instrumentales. En los epígrafes siguientes se hace referencia al uso de estas

fuentes y recursos de acuerdo con los siguientes bloques temáticos:

- Patrimonio y recursos culturales.
- Flujos turísticos y perfil del visitante.
- Comercialización de las ciudades históricas.
- Incidencias económicas y funcionales.
- Accesibilidad y movilidad.
- Medio ambiente.
- Políticas turísticas y estrategias de gestión.

1. PATRIMONIO Y EQUIPAMIENTOS CULTURALES

El patrimonio cultural constituye el recurso turístico por excelencia de las ciudades históricas. En cuanto que patrimonio histórico-artístico, en líneas generales se dispone de una amplia documentación, inventarios de carácter general como el *Mapa del Patrimonio Histórico Inmueble* (1995) del Ministerio de Cultura o bibliografía más especializada. En el caso de los conjuntos históricos que cuentan con planeamiento especial, los listados de los catálogos de protección constituyen una referencia obligada, ya que comprenden la totalidad del patrimonio urbano protegido a nivel local, no sólo edificaciones individualizadas, sino también determinados espacios urbanos, visualizaciones y yacimientos arqueológicos. Esta orientación, que supera el carácter restrictivo de los *Bienes de Interés Cultural*, permite una más acertada consideración del conjunto de la ciudad histórica como recurso cultural.

La oferta cultural no se limita al patrimonio arquitectónico y urbanístico sino que incluye museos, bibliotecas, archivos, teatros, salas de conciertos, centros culturales, salas de exposiciones, etc, usos en buena medida asignados a determinados monumentos histórico-artísticos, así como fiestas y eventos lúdico-culturales. Este conjunto de recursos aparecen recogidos en diferentes guías de recursos culturales, publicadas a nivel municipal, autonómico y estatal, caso del *Mapa de Infraestructuras, Operadores y Recursos Culturales (MIOR)* del Ministerio de Cultura (1995). De forma paralela, un gran número de agentes culturales (administraciones públicas, fundaciones, asociaciones culturales, etc) realizan publicaciones periódicas de sus programaciones y memorias de gestión.

Sin embargo, apenas se dispone de información de la funcionalidad turística del patrimonio cultural, lo que hace necesario realizar análisis más específicos. En un primer nivel, el objetivo consiste en determinar el uso

turístico de cada recurso cultural. En el caso del patrimonio arquitectónico, mediante trabajo de campo se cumplimenta una ficha de cada edificio recogiendo información referente a su uso principal y secundario, horario de apertura, señalización, estado de conservación, etc. En un segundo nivel, se procede a evaluar de forma específica el acondicionamiento para el uso turístico-cultural de aquellos espacios concebidos total o parcialmente para la visita turística, caso de los museos. En este caso, se analiza toda una serie de variables en relación a la gestión de visitantes: accesos, señalización, criterios expositivos, organización de la visita, atención al visitante, publicaciones, servicios públicos, etc.

2. FLUJOS TURÍSTICOS Y PERFIL DEL VISITANTE

Determinar el número de visitantes que acuden a un destino urbano, caso de las ciudades históricas, constituye uno de los grandes retos de la investigación en materia de turismo. Llegar a conocer el volumen global de visitantes implica abordar un proceso complejo, puesto que las estadísticas publicadas (*Movimiento de Viajeros en Establecimientos Hoteleros*, etc) apenas permiten estimar el número de turistas que pernoctan a partir de la información agregada a escala provincial. Los excursionistas, visitantes de un día que no pernoctan en la ciudad, no son recogidos en ninguna estadística del INE.

En base a la explotación de los registros disponibles (Patronatos Municipales de Turismo, Oficinas de Información Turística, registros de visitantes de los museos, etc), «conteos» de visitantes y vehículos (automóviles privados, autobuses turísticos, etc), y de una manera indirecta, es posible realizar una estimación aproximada del número real de visitantes así como identificar el ritmo temporal de los flujos turísticos, los períodos de mayor y menor afluencia a lo largo del año. El tratamiento conjunto con las estadísticas de pernoctaciones permite diferenciación primaria entre turistas y excursionistas.

Por otra parte, el análisis de las características de la demanda constituye uno de los aspectos claves a efectos de diseñar la estrategia turística de la ciudad, y en consecuencia son numerosos las investigaciones que se ocupan del tema. Ocasionalmente los Patronatos y Oficinas de Información Turística recogen información acerca del lugar de procedencia de los visitantes. Sin embargo, la información más completa proviene de diferentes encuestas a turistas y excursionistas, realizadas por encargo de los órganos gestores del turismo en cada ciudad y cuyos resultados son difícilmente comparables

entre sí, ya que las metodologías utilizadas varían sensiblemente. Dado que no se tiene un conocimiento suficiente sobre el universo de referencia (volumen de la afluencia turística y características principales), que dificulta abordar las elevaciones estadísticas con un grado aceptable de fiabilidad, en buena parte de los casos existen serias dudas sobre la representatividad de los resultados obtenidos.

A grandes rasgos, la información obtenida de estas encuestas se puede agrupar en cuatro grandes bloques temáticos: caracterización del visitante, con referencia a su edad y sexo, nivel de instrucción, categoría socio-profesional y lugar de procedencia; organización de la visita, en relación a la forma de viajar (solos, con familiares o amigos, en viaje organizado, etc) y el sistema de transporte utilizado; comportamiento del visitante en la ciudad, gasto efectuado y su distribución, forma de alojamiento, visitas realizadas, etc; y satisfacción de la visita, percepción de factores como el alojamiento y la restauración, el sistema de información turística, el nivel de la oferta cultural, la seguridad ciudadana, la limpieza, la amabilidad de los residentes, etc. En función de los objetivos prioritarios de la investigación, la batería de cuestiones a responder varía sensiblemente.

3. COMERCIALIZACIÓN TURÍSTICA

Las agencias y touroperadores, que actúan como intermediarios entre los visitantes y los destinos turísticos, organizan un buen número de las visitas a las ciudades históricas españolas. El análisis de su proceso de comercialización permite obtener amplia información del mercado turístico local, tanto de la oferta, el grado de transformación de la ciudad en producto turístico, como de la demanda, ya que los paquetes que ofrecen agencias y touroperadores reflejan con bastante exactitud lo que desean turistas y excursionistas. No obstante, la ciudad histórica como espacio de consumo turístico no se limita al conjunto de productos ofertados por las empresas intermediarias, ya que un volumen importante de visitantes, que depende de cada destino, organiza su propio viaje y estancia.

El Instituto de Estudios Turísticos realiza desde hace años análisis de los principales mercados turísticos emisores y estudios sobre los paquetes turísticos ofertados en Alemania, Francia, Reino Unido e Italia, básicamente enfocados a conocer la comercialización de los destinos de sol y playa (precios, zonas, etc). Aunque su utilidad es limitada, permite establecer el panorama general de

la oferta y demanda de las ciudades históricas españolas en los principales países emisores de turistas. De forma más específica, las Oficinas Españolas de Turismo en el extranjero realizan análisis puntuales sobre ciertos mercados de interés estratégico (*El turismo urbano en el mercado alemán: situación actual y perspectivas de futuro*, realizado por la Oficina de Frankfurt y publicado en 1994 por la Secretaría General de Turismo). A nivel nacional, es obligada la consulta de los documentos oficiales que marcan las líneas a seguir en el sector: planes de marketing realizados por la Administración Turística Española, el *Libro del Turismo Español* (1990) y más concretamente el *Plan Estratégico de Marketing 91-93 y bases para el Marketing Operacional* y el *Plan de apoyo a la comercialización turística*, en las versiones de 1996 y 1997, realizado por TURESPAÑA.

Más allá de las líneas generales, el estudio de la comercialización de casos concretos requiere la utilización de dos técnicas complementarias: el análisis cualitativo de los catálogos de viajes de las agencias y touroperadores que ofrecen visitas al destino en cuestión, y las entrevistas abiertas a «testigos privilegiados», en este caso fundamentalmente directivos y técnicos de las empresas comercializadoras y de la administración local competente en materia de turismo (Oficinas de Información, Patronatos, etc). Mediante el análisis de los catálogos es posible obtener una panorámica general de las ciudades y productos ofertados. La edición de los folletos es muy dinámica, se renueva cada año o cada temporada (otoño-invierno, verano, primavera-verano, etc), y su recopilación ha de realizarse mediante trabajo de campo. De forma paralela, las entrevistas permiten una primera aproximación hacia los factores que determinan la comercialización (accesibilidad, oferta singular, relación calidad-precio, etc) de acuerdo con la visión de los agentes que actúan en el mercado.

El número de variables a considerar es muy amplio, aunque las investigaciones realizadas se centran en las ciudades comercializadas y su frecuencia de aparición en los catálogos de diferentes firmas, tipo de visita (excursión de un día, circuito turístico, soporte técnico de grupos organizados —colegios, asociaciones, etc—), servicios incluidos (paquete completo o servicios sueltos —transporte, alojamiento, alquiler de vehículo, guías locales, etc—), precios, fechas y duración de la estancia, tipo de atracciones incluidas (monumentos, museos, espectáculos musicales, etc), e imágenes promocionales utilizadas.

El análisis de los canales de distribución es de vital importancia. La organización de las visitas por un redu-

cido número de agencias mayoristas, básicamente Pullmantour, Trapsatour S.A. y Juliá Tours S.A. a nivel nacional, determina que, en líneas generales, las ciudades y productos comercializados sean muy similares. En última instancia, el análisis de la comercialización de las ciudades históricas como destinos turísticos permite evaluar el grado de control que cada ciudad ejerce en su proceso de «venta», si la comercialización es realizada por agentes locales o foráneos. En buena medida, este parámetro resulta indicativo del dinamismo endógeno de la ciudad y, en consecuencia, es un factor clave a efectos de diseñar e implementar actuaciones de desarrollo local.

4. INCIDENCIAS ECONÓMICAS Y FUNCIONALES

El turismo constituye un pilar fundamental de la economía de buena parte de las ciudades históricas. La llegada de miles de visitantes genera un importante volumen de ingresos, que se distribuyen en la práctica totalidad de los sectores de actividad. Sin embargo, apenas se ha avanzado en su cuantificación, de forma que en buena medida se desconocen aspectos como el significado del sector turístico en la estructura económica de la ciudad, el impacto generado sobre el empleo y sus repercusiones en la hacienda municipal.

La orientación generalizada de las estadísticas de turismo hacia el ámbito de la demanda (población-familias-hogares), dificulta el análisis del fenómeno turístico como actividad productiva y función urbana. Las fuentes disponibles de mayor utilidad son el *Censo de Locales* del I.N.E., los listados del *Impuesto de Actividades Económicas (I.A.E.)* y las fichas catastrales soporte del *Impuesto de Bienes Inmuebles* (Catastro de la Propiedad Urbana), dependientes de las Delegaciones de Hacienda y los Ayuntamientos. En conjunto, permiten obtener el perfil funcional de la ciudad histórica: estructura y dinámica sectorial, áreas funcionales, volumen de empleo generado, superficies y formas de ocupación, etc. La información contenida en diferentes documentos de planeamiento (inventarios de locales de actividad, etc), guías de hoteles y restaurantes, etc, permite ampliar y/o matizar los datos extraídos de la explotación de las fuentes básicas.

Sin embargo, la naturaleza del turismo como fenómeno transversal, que atraviesa la totalidad de la realidad urbana y el conjunto de sectores de actividad, impide conocer en su justo término su importancia como actividad generadora de recursos. En este sentido, la apor-

tación del turismo a la economía local no deriva únicamente del volumen de negocio de los establecimientos ligados al comercio turístico o al alojamiento (hoteles, campings, etc), sino de toda una serie de locales cuyo grado de dependencia con el turismo no depende tanto de la naturaleza del producto que se suministre sino del lugar donde sea suministrado. En el primer caso se habla de «actividades turísticas directas» y en el segundo de «actividades turísticas indirectas». De igual forma, es necesario considerar aquellas actividades dependientes del turismo de forma indirecta, a través del suministro de bienes y servicios intermedios. Son las «actividades turísticas intermedias».

La imposibilidad de determinar desde las fuentes disponibles el significado del turismo en la estructura económica y funcional de las ciudades históricas hace conveniente la realización de un censo o inventario de locales de actividad mediante trabajo de campo, que permita obtener información en aspectos como el sector de actividad, la localización, el número de puestos de trabajo y el porcentaje de negocio derivado de residentes y visitantes. De esta forma es posible determinar el peso que tiene el consumo turístico en el volumen de negocio de cada establecimiento, que varía en función de la naturaleza del producto ofrecido («actividades turísticas directas») y de la ubicación del establecimiento («actividades turísticas indirectas»). La incidencia de las «actividades turísticas intermedias» únicamente se puede estimar de forma indirecta. La obtención de esta información permite conocer el universo estadístico sobre el que realizar análisis de detalle mediante encuesta (estructura de ingresos y gastos, relaciones intersectoriales, etc), en base a muestras. La entrevista en profundidad a testigos relevantes completa el abanico de instrumentos de investigación.

5 ACCESIBILIDAD Y MOVILIDAD

La mayoría de las ciudades históricas presentan graves problemas de accesibilidad y movilidad por la configuración de su trama urbana y las características especiales de su emplazamiento. Calles estrechas y tortuosas, fuertes pendientes, murallas que circunvalan y cierran el perímetro del casco histórico o barreras naturales como ríos que limitan el acceso a determinadas partes de la ciudad, son algunos de los rasgos que hacen que el tráfico y la movilidad peatonal y la accesibilidad sean problemas importantes tanto para visitantes como para residentes.

Su estudio requiere tener en cuenta tanto las características de la movilidad general en la ciudad como las características de la movilidad de los turistas. Aunque escasos, los documentos de planeamiento relativos a la movilidad (Planes de movilidad), los de reordenación viaria o los relativos a la planificación de las redes de transporte público y de los sistemas de aparcamiento, permiten caracterizar la problemática de la movilidad general urbana. De forma más general, los Planes Especiales (de Protección, de Reforma Interior, etc) contienen información relativa a la accesibilidad y movilidad urbana.

En cuanto a la movilidad turística es preciso identificar primero los principales puntos de interés e itinerarios turísticos en guías y planos de divulgación para conocer así los flujos de visitantes (volumen, dirección, intensidad, ritmos...) y el comportamiento de éstos en la ciudad; pero también hay que tener en cuenta los lugares de aparcamiento de automóviles donde se pueden llevar a cabo conteos de coches con matrícula diferente a la de la provincia correspondiente (aún con riesgo de despreciar en el registro los turistas «interiores»); los lugares destinados al aparcamiento de autobuses de turistas; y finalmente los datos sobre el número de visitantes de los principales monumentos para determinar la accesibilidad a los puntos de interés turístico en función de las características del viario y las limitaciones que éste impone a la movilidad general.

6. MEDIO AMBIENTE

El medio ambiente urbano, entendido en un sentido amplio (entorno, paisaje, trama urbana, condiciones naturales y patrimonio edificado) forma parte de la identidad cultural de la ciudad histórica y es, junto con el patrimonio cultural su recurso turístico más importante. Sin embargo, las actividades turísticas generan fuertes impactos sobre este medio ambiente. En las ciudades históricas los efectos se ven además agravados por las características especiales del patrimonio edificado y la configuración de la trama urbana.

Los efectos del turismo sobre el medio ambiente urbano son difíciles de medir. No hay por ejemplo, a nivel municipal datos disponibles y desagregados que permitan extraer conclusiones sobre el consumo adicional de recursos naturales debido a los turistas (agua, energía...) o los residuos que éstos generan. Pero más allá de estos parámetros tradicionales (recursos naturales, energía y residuos) es necesario tener en cuenta la contaminación

que generan las actividades turísticas. Por un lado la contaminación atmosférica debida a la llegada masiva de turistas en automóvil o autobús y por otro lado la contaminación acústica que producen estos vehículos, pero también la contaminación visual ligada a la sobrecarga de elementos de señalización e información y al mobiliario urbano poco adecuados en entornos monumentales y la congestión de la vía pública por la presencia de un excesivo número de turistas y coches y por la concentración del comercio turístico.

A nivel metodológico se puede trabajar a partir de información recogida en un inventario de efectos del turismo para elaborar después una matriz de impactos que permita realizar valoraciones de la relación turismo y medio ambiente en tres niveles: medio físico, trama urbana y patrimonio arquitectónico y urbanístico. Como información previa se pueden consultar las memorias anuales de la red de vigilancia de calidad del aire de los ayuntamientos, cartografía topográfica y resúmenes meteorológicos mensuales para evaluar los impactos del turismo en relación con las condiciones físicas. En cuanto a la trama urbana se han de estudiar planos y callejeros de la ciudad y recoger los itinerarios turísticos junto con los informes de tráfico del ayuntamiento. Por último las licencias de obras relacionadas con las actividades turísticas y las de rehabilitación y obra nueva sirven para estudiar los impactos generados en el patrimonio arquitectónico.

La elaboración de un inventario de impactos amplía y complementa desde un punto de vista cualitativo esta información. Para ello se elabora un modelo estandarizado de ficha de trabajo que recoge para distintos puntos de la ciudad aspectos relativos a la contaminación del aire, el ruido (provocado por los coches y por los turistas), la contaminación de las fachadas, los problemas de aparcamiento y circulación, la dificultad de movilidad de los peatones, impactos puntuales (anuncios, kioscos, basuras, máquinas expendedoras, mobiliario urbano, señalización...), densidad del comercio turístico, impactos de rehabilitaciones y actuaciones de regeneración urbana, etc. Parámetros, todos éstos, que sirven en buena medida para evaluar la calidad global del medio ambiente urbano.

7. POLÍTICA TURÍSTICA Y ESTRATEGIAS DE GESTIÓN

En líneas generales, el marco de actuación en materia de política turística de las ciudades históricas es estrictamente local. Las Concejalías de Turismo y los Pa-

tronatos Municipales de Turismo constituyen los órganos básicos en el diseño e implementación de la política turística de la ciudad. Sin embargo, en la definición de la estrategia turística de cada destino turístico intervienen toda una serie de agentes, desde organismos como la UNESCO a las asociaciones de vecinos, pasando por el conjunto de las administraciones públicas (central, autonómica y local), la Iglesia, las fundaciones y otros grupos de presión que operan a diferente escala. La propia naturaleza del turismo como fenómeno transversal que afecta a la totalidad de la realidad urbana, determina que en su gestión, considerada en sentido amplio, se encuentren implicados buena parte de los órganos de gestión de la ciudad (urbanismo, cultura, promoción económica, obras, medio ambiente, tráfico, etc).

La multiplicidad de agentes implicados y la heterogeneidad de los recursos que posibilitan su intervención (capacidad normativa, disponibilidad financiera, ostentación de la propiedad, autoridad moral, presión informal, capacidad de movilización ciudadana, etc) deriva en un panorama extraordinariamente complejo, en el cual cada ciudad histórica constituye un caso único. En consecuencia, apenas se ha avanzado en la formulación de una política turística, muy raramente explicitada. De forma paralela, los órganos competentes en materia de turismo se caracterizan por su debilidad dentro del organigrama municipal.

El análisis del discurso producido por los diferentes agentes permite una aproximación al objeto de análisis, la política turística de la ciudad y sus estrategias de gestión. En líneas generales, la información documental con referencias al tema es muy escasa y dispersa. Son muy pocas las ciudades con objetivos y pautas de gobierno explícitos, mediante instrumentos del tipo planes estratégicos. Aún más raras son aquellas ciudades que han formulado su política turística en planes y programas de desarrollo turístico o similares. No obstante, buena parte de los agentes edita memorias de activida-

des y diferentes documentos de donde se puede inferir su posicionamiento, explícito o latente, ante el fenómeno turístico. Es más, en determinadas ocasiones la única política turística efectiva está siendo realizada por organismos que carecen de competencias en materia de turismo, caso de las Concejalías de Tráfico.

La limitada información que suministra la producción documental se contrarresta con las posibilidades que ofrece el análisis del discurso producido en entrevistas abiertas a testigos privilegiados. De reducido coste, las entrevistas permiten determinar la posición de cada uno de los actores en relación a la política turística de la ciudad. En cuanto tal, no es conveniente limitar las entrevistas a los agentes institucionales (responsables de la política turística local, autonómica y central o técnicos implicados en su implementación y gestión) sino que debe cubrir a la totalidad de los actores que inciden, en diferente grado, en la determinación de la estrategia turística de la ciudad: Cámaras de Comercio e Industria, asociaciones de vecinos, organizaciones eclesíásticas (Delegados de Patrimonio, Cabildos Catedralicios, etc), asociaciones de comerciantes y artesanos, fundaciones, empresarios del sector de la hostelería, Centros de Iniciativas Turísticas, etc.

En relación al análisis del discurso, la organización de los materiales obtenidos se realiza de acuerdo a la tipología de los agentes o según grandes bloques temáticos. El objetivo no consiste únicamente en determinar la posición de cada actor en la formulación de la política turística de la ciudad sino también en establecer los grandes ejes de consenso y conflicto en relación al fenómeno turístico, las redes de actores que vienen actuando de manera informal y, dentro de un planteamiento más operativo, las soportes sobre los que realizar una acción común.— MANUEL DE LA CALLE VAQUERO y MARÍA GARCÍA HERNÁNDEZ (Departamento de Geografía Humana. Universidad Complutense de Madrid)