

## ¿Sueño o pesadilla en Mallorca? Un proyecto pedagógico interdisciplinario adecuado a la cultura de ocio y diversión

**Andreas Otto Brunold** †

Universität Augsburg (Deutschland)

**Resumen:** El incremento de la cultura del ocio no solo genera divisas y fuentes de trabajo sino también alteraciones ambientales. El presente artículo esgrime algunas pautas metodológicas y principios para establecer una educación orientada hacia una política de desarrollo sostenible. Una pedagogía aplicada a la cultura del ocio busca generar una conciencia de protección ambiental. Un elemento especial en un turismo de masa, como caracteriza a Mallorca, debe centrarse en la preservación de la identidad cultural amenazada por diversas manifestaciones como idioma, costumbres, valores e intereses que un turista no considera o los obvia. Un enfoque interdisciplinario adecuado a una filosofía de desarrollo sostenible ya no exige entonces al turista tan solo el pasaje y equipaje, sino básicamente la predisposición a reglas de conducta que buscan el bienestar colectivo y la protección al ambiente. La contribución de los jóvenes a esta pedagogía aplicada puede ser garantizar un éxito multiplicador.

**Palabras clave:** Cultura de ocio; Desarrollo sostenible; Educación de medio ambiente, Mallorca; Turismo de masa.

**Abstract:** The increase of the leisure culture also generates sources and approaches to environmental education processes and alterations. The present article uses some methodological guidelines and principles to establish an education oriented towards a policy of sustainable development. A pedagogy applied to the leisure culture looks for to generate a conscience of environmental protection. A special element of mass tourism, as it is characterized to Mallorca, must be concentrated to the preservation of the cultural identity threatened by diverse attributes like language, customs, values and interests that a tourist does not obviously consider. A suitable interdisciplinary approach to the philosophy of sustainable development demands to the single tourist basically the predisposition to conduct rules that look for the collective welfare and the protection the environment. The contribution of young people to this pedagogical concept is applied to ensure a multiplying success.

**Keywords:** Environmental education; Leisure culture; Mallorca; Mass tourism; Sustainable development.

† • Prof. Dr. Andreas Otto Brunold. Universität Augsburg. Didaktik der Sozialkunde. Universitätsstrasse 10. 86159 Augsburg. Deutschland. E-Mail: [Andreas.Brunold@phil.uni-augsburg.de](mailto:Andreas.Brunold@phil.uni-augsburg.de)

### **El viaje de excursión como proceso educativo**

El viaje en forma de excursión efectuada por estudiantes constituyen un importante aspecto dentro del proceso educativo (Maier, 1999). Aún cuando la escuela no es el último lugar de educación, la experiencia de viaje es un fundamento didáctico para el desarrollo de la personalidad de un joven.

Una excursión se convierte en un proceso de aprendizaje importante cuando a través de la calificación se procura obtener la capacidad del alumno respecto a la relevancia de un viaje (Beck, 1993). Pues lo aprendido en su amplia magnitud debe siempre situarse en una acción concreta (Kaiser, 1983). A ello se integra también un continuo desarrollo del método de enseñanza como condición para un largo aprendizaje de vida y el desarrollo de la capacidad de crítica así como el fortalecimiento de la capacidades de destreza en el alumno (Gudjons, 1994).

Desde una perspectiva didáctica la excursión exige un proceso que se diferencia de la idea tradicional de proporcionar sólo conocimiento. Se trata sobre todo de buscar una orientación de la enseñanza hacia una experiencia de aprendizaje que se une a una acción práctica relacionada al reconocimiento. Pero también con ello se logra el desarrollo de la capacidad de organización misma del alumno y una propia responsabilidad. De este modo puede comprenderse que el proceso de aprendizaje no solo es receptivo sino también productivo (Arnold/Müller, 1993; Beck, 1993: 49).

Un significado particular se da a través del principio de aprendizaje ejemplar en el cual el estudiante no sólo procura conocer sino que éste se convierte también en un moderador; es decir, en un consejero o asesor con un impacto metódico-organizacional y un estímulo al proceso de aprendizaje. En tanto que este principio didáctico posibilita una apropiada capacidad descubridora e investigativa del aprendizaje (Ungerer, 1999) y facilita la elaboración de proyectos concretos con métodos prácticos para el reconocimiento de diversos factores (Hasch, 1977: 7; Treml, 1977: 30).

De este modo, el proceso de aprendizaje no es solo racional-cognitivo sino también

efectivo-emocional (Ackermann, 1990: 247) ofreciendo la oportunidad de generar procesos abiertos de aprendizaje y posibilitando nuevos procesos de comunicación para abrir otras áreas integrativas de aprendizaje. En relación a este principio, un viaje de excursión que se ofrece fuera de la escuela, se convierte en una importante posibilidad del proceso de integración de la labor de enseñanza (Borries, 1992: 67; Richter, 1992: 27).

En efecto, sería ingenuo creer que el tema del turismo pueda a través de una orientación formativa legitimar los motivos de viaje de los estudiantes, es decir procurar una enseñanza con este fin. Pues los desafíos actuales, especialmente en Mallorca, consisten en unir muchos proyectos a los abundantes intereses de los estudiantes. Una de las ventajas que ofrece la escuela a todos los jóvenes en el futuro es la de contribuir ejecutando labores de sensibilización del potencial "Turismo de masas".

Lamentablemente el estudiante debe muy frecuentemente cambiar el rumbo de su visión a causa de un estilo de consumo en la sociedad y, sobre todo, en la casa familiar; que es el "primer lugar de aprendizaje" y que no necesariamente fluye dentro de una formación en el desarrollo sostenido. Por ello se entiende que los viajes de excursión son una contribución social y ecológica con orientación pedagógica, en la cual el objetivo es impregnar en los jóvenes una conducta y una forma de vida del Viaje y del tiempo libre adecuada a un desarrollo sostenido; es decir, orientado hacia un "turismo blando" (Kirstges, 1995; Krippendorf, 1975).

La enseñanza y formación para un desarrollo sostenido debe influir ampliamente en diversas áreas que fluyen en los conceptos de la enseñanza formal y el diseño de las estructuras curriculares. Una forma de lograr el éxito en la enseñanza será posible cuando se fortalezca en el viajero el reconocimiento de que un viaje de turismo sí puede ser sostenido y puede guiar la pedagogía de la cultura de ocio y diversión. Un inicio en esta dimensión educativa sería la capacidad de formular críticas e interrogantes sustanciales sobre las actuales estrategias de marketing para conocer o visitar Mallorca que determinan la economía del turismo,

los estilos de vida y de consumo.

### **El turismo como factor político y económico**

En base a la interdependencia con otras disciplinas el turismo se halla en una perspectiva compleja, múltiple e interrelacionante que incide en la economía (Freyer, 1995: 273), en el que el Ministerio de Economía del Estado tiene el rol político importante a nivel nacional. La mayoría de las investigaciones actuales sobre esta temática se ocupan por ello del significado de un lugar y el factor económico que ésta significa.

Pese a que el turismo en Alemania se halla en un período de estancamiento, todavía se considera en la economía política como una de las fuentes de crecimiento y se caracteriza aún por ser uno de los sectores más notorios de crecimiento de la economía nacional (según estudios de la OCDE le correspondió al turismo en el Producto Bruto Nacional para en el año 1995, un 5,6,% (Petermann, 1998: 10)).

A nivel mundial se halla este sector en la cima de otros sectores de la industria, superando el comercio de petróleo y otros productos industriales. Solo en las naciones industriales de occidente se colocan los ingresos de turismo sobre un 11%, lo que lo convierte a nivel mundial en una de las fuentes de empleo más grandes. Tanto en países del norte como en los del sur el turismo se ha convertido en una fuente principal de divisas; en el motor fundamental de la economía, aún cuando en el mediterráneo ha perdido una parte proporcional importante.

Esta región pudo registrar en 1987 aún el 33% de todos los ingresos del turismo (World Tourism Organization, 1989). Situación que afectó un 27% hasta 1997 (World Tourism Organization, 1999). Aun así, los centros turísticos clásicos más importantes de Europa todavía se concentran en tres países: Francia, Italia y España, que todavía representan un 55% de las estancias después de las áreas del mediterráneo en el año 1996 (Kagermeier, 2002: 28).

Una causa de tales concentraciones se formó por el interés de ganancia de los países mencionados entre los años 1950 y 1970. Italia encabezó el turismo seguido

por España que empieza en 1960 a causa de la abolición de la visa en 1958, además de porque en aquella época la capacidad de compra del marco alemán fue muy alta. Este hecho genera el importante fenómeno de que entre 1960 y 1965 aproximadamente 30.000 españoles de la España continental encontraron un puesto de trabajo en Mallorca en el sector de turismo.

Pero este súbito crecimiento trajo otras consecuencias: ante un rápido ascenso del turismo en la isla, muchos pequeños agricultores debieron renunciar a su actividad primigenia. De este modo las ancestrales actividades casi desaparecieron con la consecuencia del surgimiento de una dependencia económica promovida por parte del mismo Estado. Así se convirtió el turismo en una de las fuentes financieras más importantes (Fechner, 1990: 28). Otra consecuencia relevante fue que la población autóctona de Mallorca fue el sector social que percibió menos ganancias y que el incremento de los ingresos se compensaron rápidamente con el crecimiento del costo de vida, sobre todo por cuanto las temporadas altas crecieron rápidamente y de ese modo se hicieron dependientes, representando el turismo una fuente de ingresos casi única y un consecuente crecimiento del desempleo en las temporadas bajas. Por otro lado los precios de terrenos se dispararon a niveles muy elevados. La demanda de éstos de parte de inversionistas extranjeros creció tanto que muchos residentes no pudieron construir sus propias casas.

Como consecuencia de una aguda concurrencia transformada en demanda, se halla en la actualidad el área mediterránea en la tarea de estar alerta, pero al mismo tiempo de no superar los límites de la capacidad ecológica. En la zona del mediterráneo no hay otra región que haya sido afectada por el turismo como las Islas Baleares de Mallorca, Ibiza y Menoría, en las que representa el 84% del Producto Interno Bruto. Sólo en Mallorca se concentran las tres partes del turismo en donde los alemanes representan un 40% de los otros grupos de demanda (Kagermeier, 2002: 31). Según estimaciones de World Tourism Organization (WTO) aproximadamente 2 millones de puestos de trabajo son indirectos y dependientes del turismo en España (Thiel-Homrighausen, 1993: 21).

A consecuencia del turismo los hábitos de viaje de los alemanes han cambiado fundamentalmente en las últimas décadas. Mientras que los vacacionistas o excursionistas a comienzos del siglo 20 pertenecían a los niveles sociales más altos y que aún en 1950 era un privilegio realizar un viaje de vacaciones a Austria, es en la actualidad una realidad el poder viajar fácilmente un fin de semana a la Isla de Mallorca. Pero ésta evolución parece ser aún el comienzo, pues lo que busca el turismo son mayores posibilidades de oferta con precios económicos a través de vuelos charter o viajes organizados (“todo incluido”) a rutas o puntos antes muy distantes e inaccesibles como regiones de la selva amazónica o áreas del Himalaya.

### **Problemas ecológicos y socioculturales del “turismo de masas”**

Desde hace mucho tiempo aparecen titulares negativos sobre regiones vacacionales señalando las consecuencias y cuestionando críticamente el “Boom del Turismo”. Muchos lugares turísticos han sufrido un cambio radical en el paisaje natural, social y cultural. Desde una perspectiva económica las ofertas turísticas a diferentes lugares se han acrecentado continuamente y en muchos casos los costos son sumamente elevados a consecuencia de la misma demanda de los viajeros, unido a un problema mayor que radica en la falta de consideración a la naturaleza y la cultura del lugar elegido.

Otro aspecto a considerar es que las zonas turísticas se dejan representar, hoy como antes, dentro de un modelo clásico del “concepto del ciclo de vida” (Butler, 1980). A partir del interés del Estado son eliminados impedimentos formales como Visas, reglamento aduanero o limitaciones a capitales extranjeros, con el objetivo de promover y atraer a los inversores y turistas extranjeros. Es decir, se hace todo lo posible para que la economía sea siempre tan atractiva como sea posible en ese lugar. A veces se llegan a extremos en donde la transferencia de las ganancias, así como el total de la participación del capital no se quedan en el país, sino que vuelve al lugar de origen del inversor.

Con la urbanización de grandes regiones de la costa se logra un “embellecimien-

to” con grandes hoteles y complejas turísticos que cambian el cuadro original del lugar. Las pequeñas ciudades o aldeas serán explotadas por el turismo como si se tratase de grandes almacenes de la industria vacacional. Pues las “fugas” de las grandes ciudades serán muy activas y la dotación de la infraestructura debe ajustarse a la necesidad de los turistas.

Siguiendo con este modelo de “ciclo de vida” se alcanza en un momento ese estadio de desarrollo o consolidación, es decir, un proceso de estancamiento que dirige a un declive cuando no existen nuevos impulsos que generan un crecimiento con “ciclo renovado” (Kagermeier, 2002: 29). Como ejemplo de este fenómeno se pueden citar a los pueblos de pescadores de Benidorm en la Costa Brava así como también de El Arenal en Mallorca.

Mallorca, la isla querida por los alemanes, es el ejemplo de una “extranjerización” por lo que la “residencia turística” se ha convertido en este tiempo en un tema de actualidad en la prensa. Bajo esta realidad viven aproximadamente 75.000 extranjeros en la isla, quienes se encuentran residiendo desde 1995 junto a 750.000 Mallorquines. Estos “extranjeros residentes” están conformados aproximadamente por 30.000 alemanes y 15.000 británicos permanentes (Frankfurter Allgemeine Zeitung del 13.09.1997 und Sonntag Aktuell del 06.02.2000).

El primer problema que se evidencia ante esta cifra es un estado carente de integración. Y es que en Mallorca se puede tener una vida sin tener que renunciar a las costumbres y estilo de vida alemán. Tanto es así que, entre otras cosas, existen periódicos, supermercados y restaurantes alemanes, además de abogados y corredores de bolsa con especialización en derechos reales y de contratos. De este modo, con la “residencia turística” se determinan claramente los estilos de vida y las normas sociales preexistentes, como un contraste de la prosperidad, mientras que el proceso de aculturación de la identidad del nativo mallorquin se incrementa aceleradamente a consecuencia de los “ghettos turísticos”, además de las barreras idiomáticas como impedimento hacia una interculturalidad.

Mallorca tendría que haber considerado tales fenómenos a través del estancamiento

de la década de los ochenta. La urbanización de muchos centros turísticos como “Wienerwald o San Pauli-Ambiente” no respondió a las aspiraciones de los turistas. Pues ellos buscaban lugares más amplios para abandonar la vida cotidiana del país de origen y experimentar una estadia anhelada muy libre y diferente. La consecuencia de ello fue que, a través de la conducta individual, muchos turistas alemanes y británicos contribuyeron a fortalecer una imagen con muchos aspectos negativos.

En 1994 comenzó el gobierno de la isla con una acción más consecuente buscando corregir el cuadro de Mallorca de “Sol, Arena y Sangría” (Pagina oficial del gobierno de las islas Baleares [www.caib.es/govern](http://www.caib.es/govern)). Esta nueva acción se inició con formularios de viaje alternativo, así como a través de la reducción de hoteles con precios bajos (Schwede, 1999: 12). Estas acciones manifestaban el inicio de una política económica de desarrollo sostenido y constituían un ejemplo de cómo se puede contener una oferta soportable para el ambiente (Wöhler, 2001: 44). Pese a tales acciones se presenta en la Isla de Mallorca un momento difícil entre la inversión del turismo y nuevas orientaciones a las limitaciones ecológicas (Kagermeier, 2002: 29).

La situación crítica de la actividad turística en vez de ser ponderada positivamente por los medios de comunicación recibe críticas muy ásperas y justificadas por sus mismos efectos. Muchas zonas turísticas han empezado ya a manifestar una carga ecológica desbordante y sobrelimitada. El acelerado y creciente consumo de agua para duchas, piscinas o campos de golf es mayor, el nivel de agua subterránea es cada vez menor para las actividades agrícolas, la reserva ya no se satisface a través de cisternas, lagos artificiales y agua marina desalinizada sino, como en el caso de Mallorca, debe importar agua de tierra firme a través de buques cisterna. Problemas crecientes en la isla, como la recolección de la basura y la existencia de un solo vertedero, así como que la mayor parte de energía eléctrica que consume es producida a través de plantas con motores diesel, son una muestra de la explotación de este tipo de turismo de masas.

Pues si el turismo se precipitara surgiría un factor económico en la cual el Estado

intervendría con acciones básicas y necesarias como sucedió en Mallorca a través de la creación de un impuesto ecológico el año 2002 (*Stuttgarter Nachrichten* del 18.03.2002; *Sonntag Aktuell* del 20.01.2002), que un año después fue derogado.

Desde un nivel de investigación académica estos y otros fundamentos serían los motivos para obtener mayor información sobre turistas en Mallorca con el fin de lograr una mejora de la calidad del turismo, actualmente en límites demasiado bajos. La dificultad central se guiaría por una premisa: el turismo y la condición de un ambiente intacto. Pero no puede generarse tal condición. De hacerlo, se correría el peligro de privar al turismo de sus propios fundamentos en el largo plazo. Una segunda premisa sería: el turista tiene la capacidad de actuar reflexivamente y manifestar una responsabilidad consciente en armonía con la naturaleza. Esa dependencia entre turismo conducta del tiempo libre y la debida repercusión al ambiente de forma continua puede ser progresivamente establecida.

### Los viajes pedagógicos como alternativa

La discusión actual sobre las negativas consecuencias del turismo tiene su antecedente inicial en el segundo lustro de los 70s. A causa de ello la pedagogía de los viajes a través de la búsqueda y capacidad cognitiva se constituyeron en parte importante (Hemmer, 1996: 26). Al inicio se caracterizaba por analizar de manera crítica las consecuencias de los viajes y por sentar las bases de un “turismo delicado” en contraposición a ese incremento unido al valor económico y a una variada estructura sociocultural generando así el uso exagerado de la naturaleza (Rochlitz, 1988: 105). Este “turismo duro” que se basa en lograr condiciones para alcanzar un éxito en el negocio turístico no favorece un equilibrio ambiental y está inevitablemente unido a un conflicto de objetivos (Opaschowski, 1989: 41).

Un viaje pedagógico busca en la paradoja entre *ser* y *deber ser* de los viajes un establecimiento de objetivos con fundamento ético. La orientación de valores fortalece la capacidad de soporte del ambiente y social del turismo. Un exigente pero “delicado” estilo de viaje requiere de un cambio

en el rol activo y reflexivo sobre algunas conductas que deben considerar los viajeros en el lugar turístico. El concepto de “turismo delicado” complementa de esta forma un aspecto central del principio de un desarrollo sostenido que da vida a un ecoturismo (Müller, 1995: 16).

El saber y la conciencia ambiental son insuficientes cuando no existen fundamentos de una pedagógica crítica. Por ello resulta la relación del turismo y la pedagogía muy problemático. Una primera situación se puede apreciar durante el tiempo de vacaciones. Aquí se tiene la posibilidad de manifestar valores como la autodeterminación y un libre desarrollo. Una segunda situación es que la determinación externa desaparece y sólo existe un recuerdo de la experiencia escolar en donde la pedagogía del viaje se convierte en poco productiva. La diferencia se halla en que el turista ya no debe actuar porque alguien “levantó el dedo” para corregirle, sino que él debe ejecutar principios abiertos de aprendizaje (Nahrstedt, 1995: 35).

Un aspecto importante a considerar es que los jóvenes, en comparación a los adultos, le dan un valor muy elevado a los viajes. Pues en ellos la intensidad del viaje es muy transparente sobre el nivel promedio en toda Alemania, por el cual las agencias de viajes se han incrementado considerablemente hacia el Mediterráneo, especialmente a España e Italia (Gayler, 1990). Se sabe que el viaje de vacaciones no se adecua a una verdadera necesidad básica pero está muy impregnada en el pensamiento de consumo de la población. La mayor parte de los viajeros realizan un viaje tan solo por el deseo de compensación, libertad y distracción obedeciendo a la función de ser de las vacaciones (Bogner, 1994: 16).

Sobre todo los jóvenes, quienes están en la búsqueda de un mundo nuevo, ejecutan vacaciones por los fundamentos aludidos y por el deseo de cambiar su ambiente. Las vacaciones son la respuesta a una diaria presión y permanente actividad, que la diversión y el entretenimiento en casa hacen apenas posible. Ellos tienen una imaginación general de las vacaciones. Sus motivos orientados se concentran en el tiempo libre bajo el sol, tranquilidad, diversión, así como alborozo (Freyer, 1995; Opaschowski, 2000). Pues en ellos es fre-

cuente y evidente el factor diversión pero que no guarda armonía con el ambiente y genera una alteración. Ante esta realidad se exige el fortalecimiento de una consciente formación ambiental que se fundamentaría en la “confesión de todos” (Opaschowski, 1995: 154).

### **Plan de un Proyecto de estudios en Mallorca**

Las características mencionadas en la relación al interés por los viajes en los jóvenes tienen sin embargo un alto valor pedagógico. Particularmente los viajes al extranjero significan una particular experiencia que requiere de un plan y una guía de viaje en donde deben ser considerados los fundamentos de un aprendizaje abierto; es decir intercultural. El país visitado puede ser motivo para conocer la mentalidad de su población, así como sus fundamentos, entre otros, religión, historia, y cultura propios de una identidad nacional que se convierten en una compleja tarea de reflexión (Ibid. Nahrstedt 1991). Los viajes a zonas turísticas amplían este espectro notoriamente y bajo esta peculiaridad pueden formar los turistas una idea o presupuestos que le permiten confrontar las consecuencias de un moderno turismo de masa que está unido a las causas de un enorme daño al ambiente.

En este contexto se eligió la Isla de Mallorca como una zona ideal para observar y poner como ejemplo las consecuencias de ese turismo de masas. Para ello el autor dirigió a un grupo de estudiantes entre los 17 y 18 años de edad de la escuela secundaria de Backnang, entre el 14 y 21 de Mayo del 2000.

Durante la fase de planificación del proyecto se enseñó las bases de investigación unido con el método a través de diferentes medios que deberían proporcionar información sobre el “fenómeno de Mallorca”. Esta tarea fue desarrollada no solo en áreas externas sino también en locales que se hallan bajo la denominación de “reuniones amadas”; es decir en las “fiestas de Mallorca”, como así refieren.

Con ayuda de Internet se buscó mayor información y se realizaron visitas al gobierno regional, la Casa Editora de revistas, el uso de medios de ayuda como cámaras fotográficas, entrevistas, encuestas

grabadas además de diferentes métodos que se emplearon todos ellos desde una perspectiva de un trabajo interdisciplinario. El análisis de este trabajo fue remitido exitosamente a los medios de comunicación alemana, así como también se logró la edición alemana en una revista mallorquina. En esta relación se pudo disponer y organizar tan pronto visitas y entrevistas en las redacciones del “*Mallorca Magazin*” y “*Palma Kurier*” para obtener las primeras visiones del “Fenómeno de Mallorca”.

Parte importante fueron también las entrevistas a trabajadores y funcionarios de la administración comunal de Mallorca (Ibid Web seite Mallorca). Las encuestas y las grabaciones fueron procesadas y luego enviadas a internet. Los estudiantes elaboraron informaciones sobre problemas ecológicos de infraestructura, competencias y alcances de zonas de instalación de la administración comunal. Durante la estadía en el suroeste de la isla se lograron entrevistas a la administración de la ciudad de Palma de Mallorca así como a la de Calvia; responsables ambas de las zonas turísticas. A propósito en ese tiempo fue Calvia la única administración que había establecido una Agenda 21 (Sitio Oficial de la ciudad de Calvia [www.a-palma.es](http://www.a-palma.es)) para sentar bases de un desarrollo sostenido de acuerdo al concepto de turismo. (Calviá Agenda Local 21).

### **Puntos álgidos corroborados**

Un elemento importante de la investigación consistió en la visita a la ciudad de Palma de Mallorca concretándose básicamente en la visita al museo de Castillo de Belver para tener una información de Mallorca desde la perspectiva de su historia en relación con otras zonas turísticas en Europa, así como la primera caracterización de un área específica de turismo en la isla en comparación simultánea con la impresionante masa de turismo que se percibe en la costa. La consecuencia del turismo de masa fue fundada en puntos centrales como:

Factor económico del turismo versus la venta de la isla;

- Problema ambiental como escasez de agua, basura y estrategias como impuesto ecológico y la Agenda 21;
- Diferencia entre Ciudad y País, consecuencias de una estructura social de la población y;
- El cambio de la cultura e identidad en la isla como consecuencia del turismo

El análisis de la conducta del tiempo libre de los turistas alemanes contribuyó a la

formulación de críticas como: en Mallorca existen grandes ofertas de turismo como “todo incluido”, numerosas agencias de viaje en el centro de la zona de vacaciones y precios módicos de los billetes en bus hacia zonas diferentes en la isla, eran algunas de las ofertas seductoras que ofrecía la isla. Con ello se entendía que las ofertas mencionadas inciden enormemente para generar este “turismo de masas” en Mallorca. Un viaje alrededor de la isla nos permitió constatar muchos avisos de venta de terrenos y fincas a crédulos turistas. Con lo que este negocio fácil y efectivo también se convertía en otro aspecto a analizar.

A la peculiar y específica zona de Mallorca también le pertenece la enorme extensión de áreas de diversión a través de muchas playas, así como el paseo de “El Arenal” que casi sin lugar a dudas es una zona de alemanes y que en Alemania se le ha denominado a este lugar como: “Ballermann”. (Balneario Nro 6 como lugar del turismo típico alemán). En este lugar se deja observar en forma extrema a “esa otra sociedad del tiempo libre” en donde la conducta del turista alemán a través de los medios de información en Alemania es puesta en ascuas.

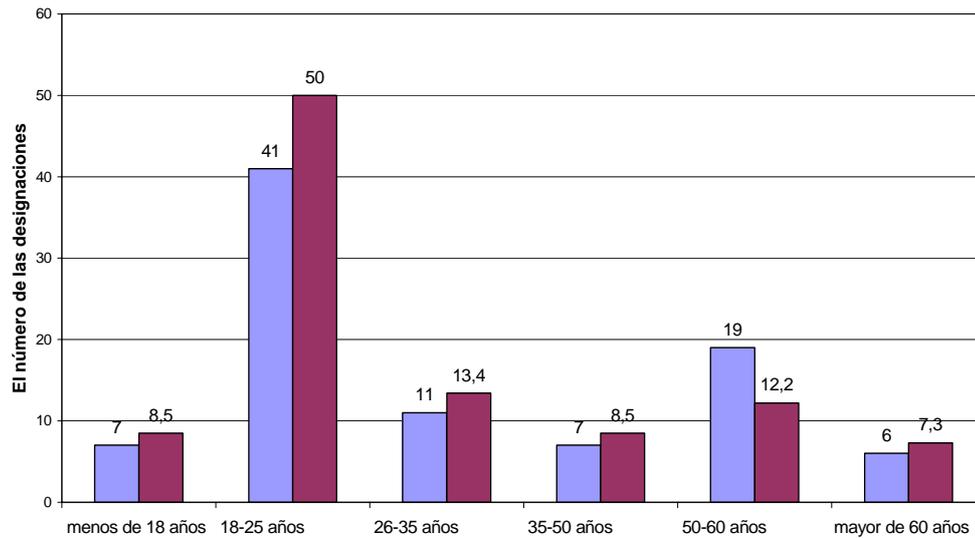
Sin embargo, el manejo global de estos aspectos fue limitado. Así se mostró por anticipado la imposibilidad de analizar los conceptos de los programas de “Mallorca-Reportagen” en los Canales de Televisión alemana “RTL 2” y “Pro Sieben”. Las empresas mencionadas no estaban dispuestas a colaborar con materiales de información por cuanto podían constituir críticas en los medios de comunicación. De este modo nuestra investigación lamentablemente no pudo ser detallada para percibir mejor el “Partyseite” (temporada de fiesta) de El Arenal.

### **Ejemplos del Proyecto**

#### ***Encuestas***

Para el desarrollo de las encuestas solo se ha considerado al turista alemán en el área de El Arenal. Los contenidos estaban centrados generalmente a las actitudes, pensamiento e ideas específicas del veraneante alemán, así como las percepciones de los mismos españoles y la población nativa de Mallorca, esbozadas en 82 encuestas sobre la conducta de los alemanes en la isla; cada una de ellos con exámenes paralelos que permitieron dar una totalidad básica del estudio.

### ¿Cuántos años usted tiene?

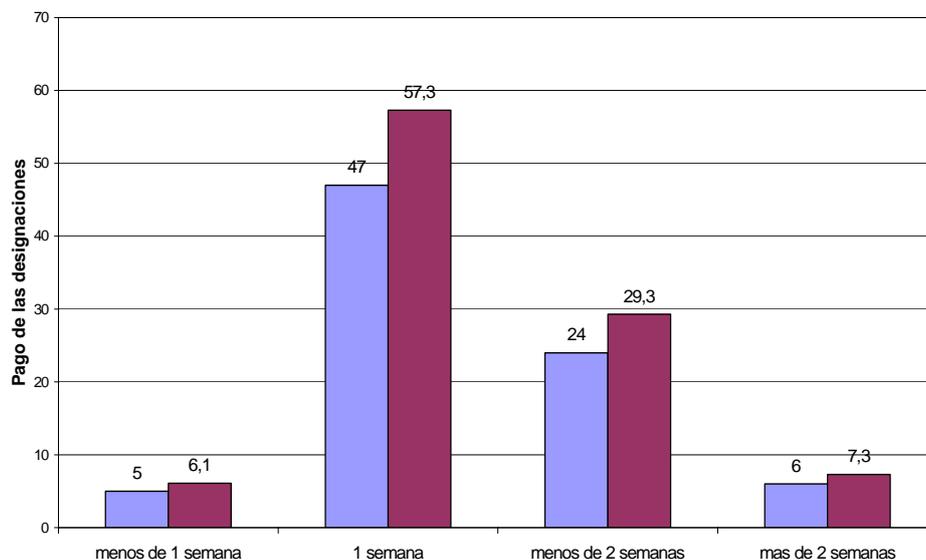


Cuando se dieron los primeros resultados de la evaluación en la encuesta alemana para determinar la temporada de verano en Mallorca se dio la primera con 52 de los 82 turistas preguntados (63%). Personas

mas tiempo que dos semanas, los entrevistados seguían siendo sólo 6 (7,3%), menos que una semana 5 (6,1%) de turistas.

33 (40,2%) de los turistas cuestionados, tuvieron su estancia en un hotel categoría 2

### ¿Cuánto tiempo será su estancia?



(65%) pensando volver de nuevo a realizar sus vacaciones en Mallorca. De éstos, 41 turistas (50%) estaban entre 18 y 25 años.

La pregunta por el tiempo de estancia, 47 veraneantes (57,3%) respondió por querer sólo una semana. 24 turistas (29,3%) respondieron a los veraneantes la duración aproximadamente de dos semanas. Mucho

estrellas. Otros en hotel 3 estrellas, 17 (20,7%). 13 veraneantes (15,9%) se quedó en hoteles de 4 estrellas así como 7 (8,5%) en hoteles de 5 estrellas.

Es revelando que 32 turistas (39%) llegó a Mallorca por una fiesta, 25 (30,5%) con amigos, 20, 24,4%, con el deseo de permanencia y sólo 5 (6,1%) con la familia.

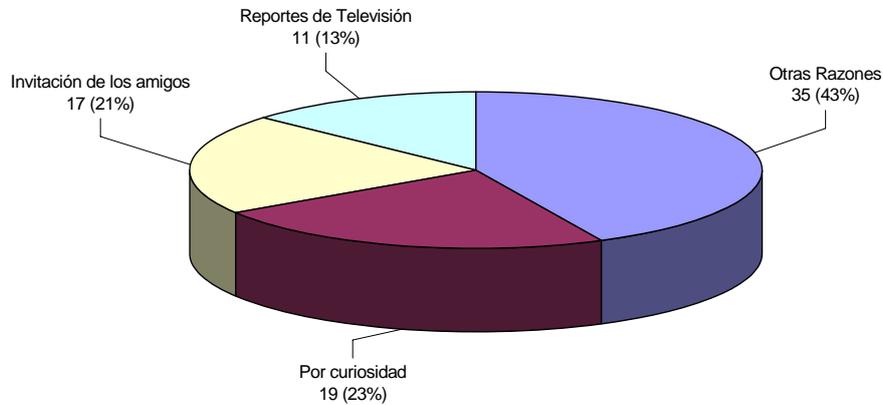
Un total de 46 (56,1%) de las personas no tenían ningún programa de las vacaciones, establecido. 23 (28%) por los servicios de guía turística solamente respondieron 13 (15,9%). Se pone en claro que los veraneantes principalmente jóvenes son inclinados a pequeñas ofertas de programas de vacaciones en forma activa.

La pregunta, es porqué Mallorca es la meta para los veraneantes, 19 turistas (23%) indicó que habían llegado por curiosidad,

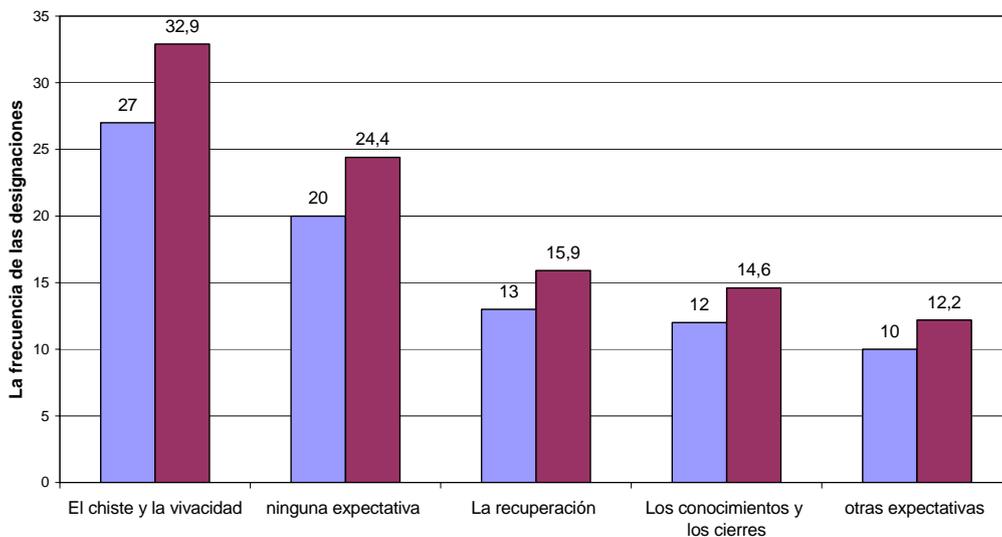
para 17 (21%), la reunión con amigos era un motivo importante y para 11 (13%) influyó la información dada por la televisión como un incentivo para esas vacaciones. 35 veraneantes (43%) declaró otras razones para el viaje a la isla.

Derivado de esto se ha declarado también del ¿porqué los turistas escogen exactamente la sección de la costa de El Arenal para quedarse?, a lo cual respondieron que es lo que les gusta particularmente de aquí,

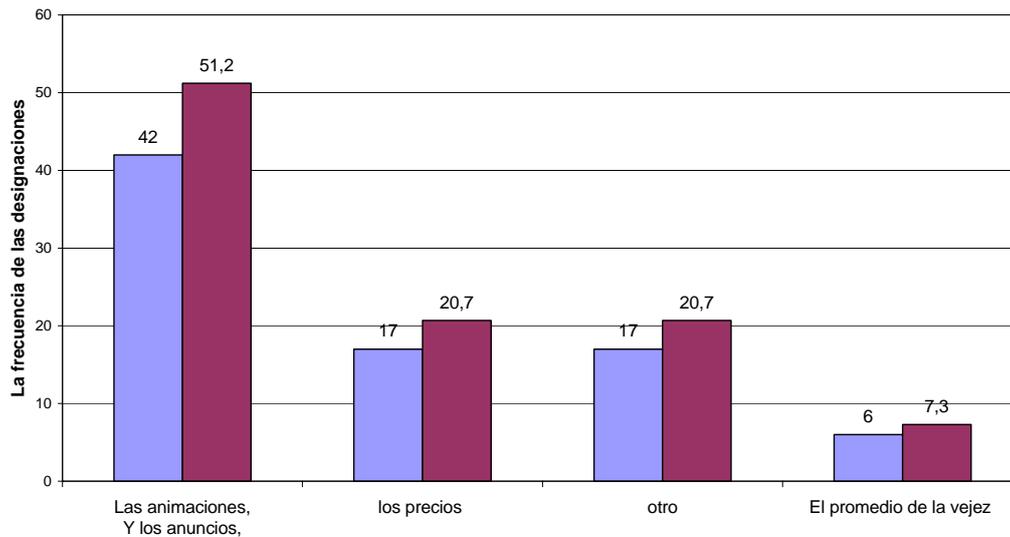
**¿Por qué Mallorca era su meta de vacaciones?**



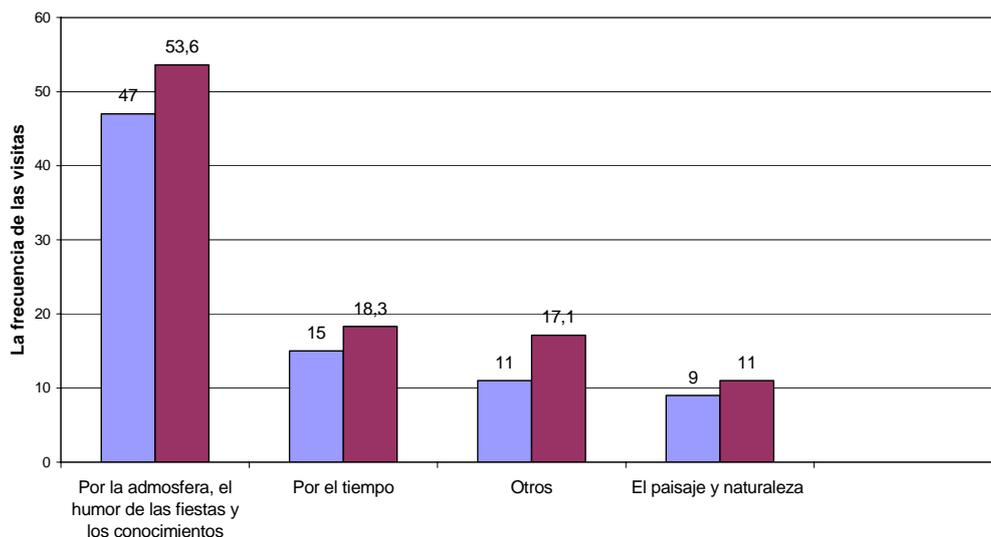
**¿Qué expectativas usted tiene en estas vacaciones?**



### ¿Qué no le gusta de aquí?



### ¿Por qué usted escogió esta parte de Mallorca?



47 de 82 veraneantes (53,6%). Sin embargo, a otros les gusta "el humor de la fiesta" y para concluir el sentir de la mayoría son motivos importantes. Con 15 veraneantes (18,3%), jugaron un papel muy importante y sólo 9, 11%, respondieron haber llegado debido al paisaje y naturaleza de Mallorca.

Las respuestas a las preguntas dieron las expectativas de las vacaciones, dando un motivo de estructura similar con 39 respuestas (47,5%), diversión y vivacidad así como el deseo de tener un conocimiento de la situación dominante en el interés de

los visitantes. 30 entrevistados (36,6%) no dio ninguna otra expectativa, y sólo 13 (15,6%), de los turistas respondieron querer recuperar en las vacaciones el tiempo perdido. Para 52 (63%), las expectativas ya se habían hecho realidad en esta ocasión, para 30 (37%) aún no.

La mayoría de los veraneantes encuestados llegaron a Mallorca por la información de la estación de televisión RTL 2 en pro de las reacciones tomadas por la actitud opuesta de los críticos. Aquí 45 fuera de 82 entrevistados (54%) respondieron que ellos continuaron con estos programas a pesar de

todo actuando de una forma exagerada. Para 30 veraneantes (37%), estos son sin embargo parcialmente realista, 7 (9%) son verídicos en sus actitudes.

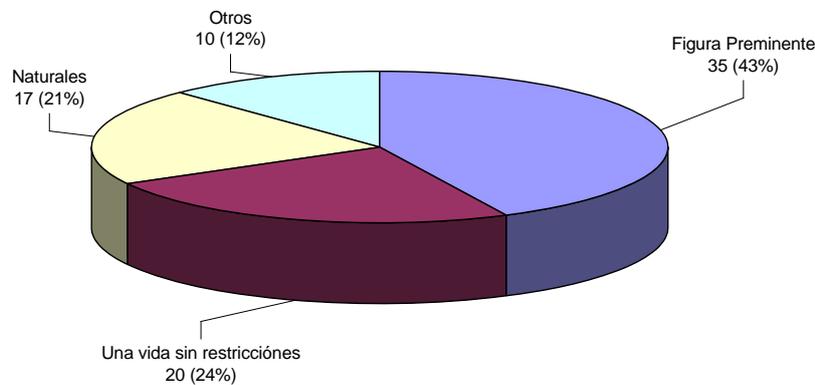
En las preguntas sobre lo que no les agrada de Mallorca, respondieron 42 turistas (51,2%), los anuncios negativos en forma excesiva deben ser evaluados, de 17 entrevistados (20,7%) el alza de los precios no es de su total agrado 6 turistas (7,3%) criticaron al veraneante que su promedio es de edad ya avanzada.

Una de las preguntas, "es lo que uno necesita ver y debe suponer para saber que ha experimentado", 35 turistas (43%) se conectó con las personas prominentes. Como segunda prioridad, la vida sin restricción estaba al pie en el primer plano. La importancia de la naturaleza sólo lo tomaron 17 turistas (21%) por otro lado lo clasificaron como una experiencia. La otra pregunta, se refería a que si ellos ya se habrían determinado una figura prominente, sin embargo, esto fue negado por 65 entrevistados (79%).

que "mucho tiempo".

El trabajo de campo que efectuamos en Mallorca tuvo una dificultad principal respecto al idioma. La encuesta se desarrolló muy ampliamente cuando se vinculaba a las opiniones de los 82 turistas alemanes. Pues en este primer grupo se evidenciaba una compacta opinión, que no solo se ajustaba a responder las preguntas, sino a la argumentación y discusión entre entrevistado y entrevistador. En esa dinámica que representa a los turistas generalmente jóvenes que visitan la Isla y por la facilidad del uso del mismo idioma, se pudo recibir abundante e enriquecedora información que constituyen principios de una "Ética de la cultura de la diversión". Lamentablemente no fue así en el segundo grupo; es decir la entrevista realizada a los veraneantes españoles y mallorquines en especial no solo tuvo problemas a causa del idioma, sino además muchos de estos veraneantes superaban los 65 años de edad. La motivación, el espíritu autocrítico y el deseo de cambio en personas de esta edad mani-

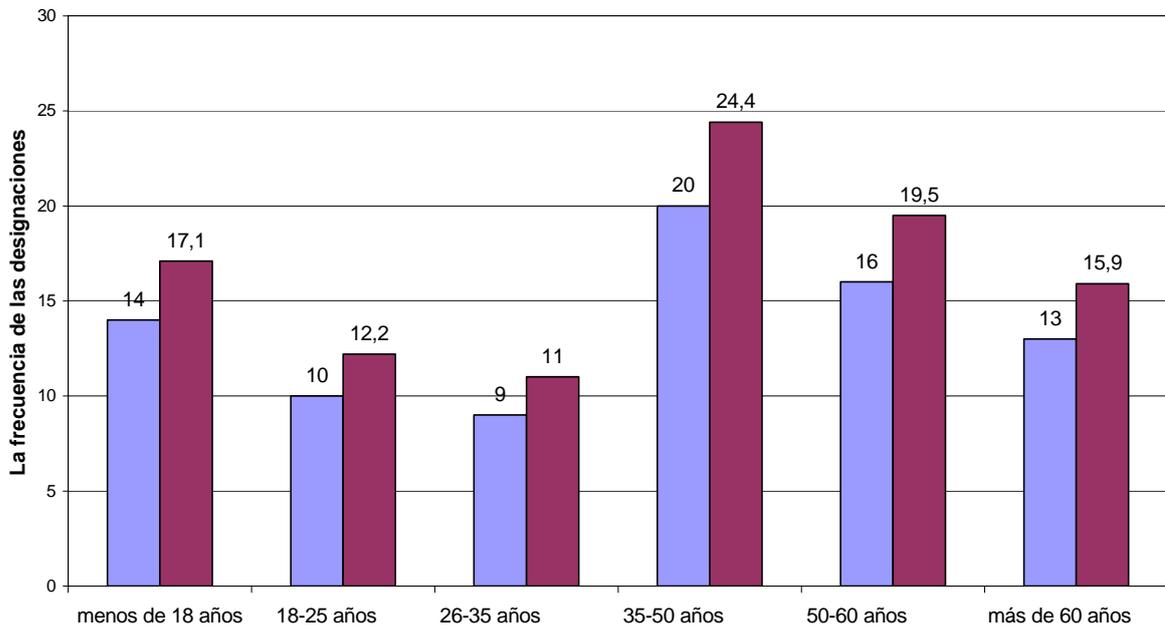
#### ¿Qué necesariamente quieren ver ustedes?



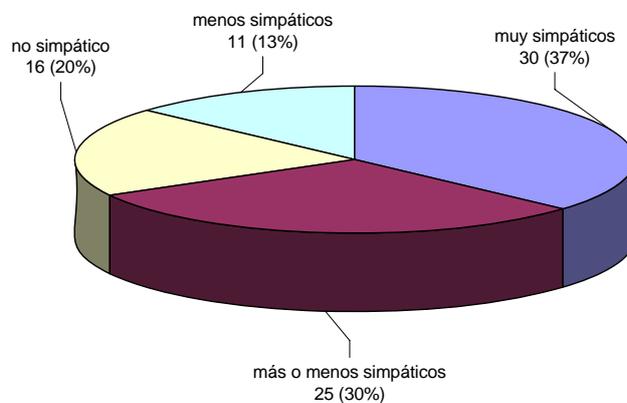
Se manifiesta una clara contradicción entre lo dicho y lo realizado cuando se les pregunta sobre cuánto tiempo es el necesario para conocer la isla. 35 veraneantes (43%) declaró un tiempo de 3 semanas, 20 (24%) de 2 semanas, 4 (5%) de 1 semana. 23 turistas (28%) manifestaron

fiestan un reducido índice de interés, que se une a un reducido contingente de turistas. Así pues, desde una perspectiva pedagógica de las vacaciones emerge la necesidad y el compromiso de trabajar más con los jóvenes.

### ¿Qué edad usted tiene?



### ¿Cómo usted piensa sobre los turistas alemanes?

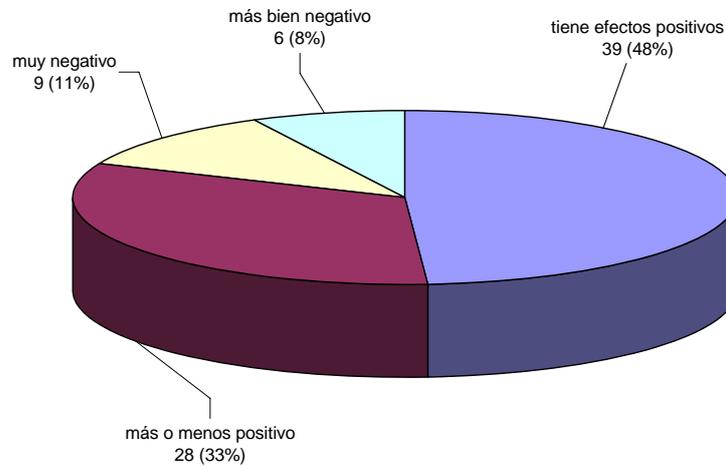


De los entrevistados, 42 (51%) respondió, que había nacido en Mallorca, en el sector del turismo. Sin embargo sólo 9 personas (11%) trabajaron allí. En la pregunta, cómo ellos evaluarían a los turistas alemanes; 30 entrevistados (37%) respondió que para ellos eran personas muy simpáticas. Otros 25 (30%) los encontraron mucho más simpáticos, y después 27 (33%) juzgó a éstos como personas no beneficiosas, un cua-

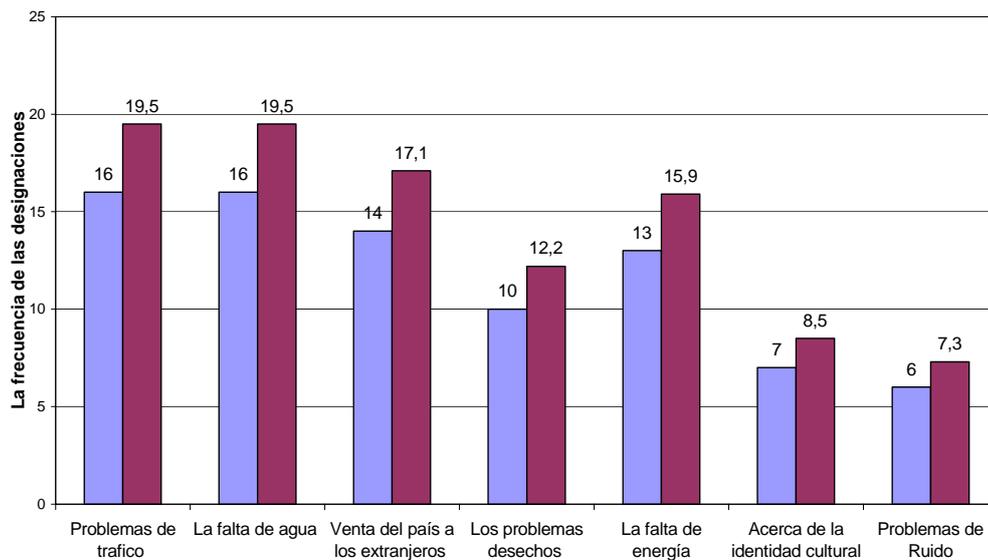
dro no halagador para los veraneantes alemanes.

También predominó la crítica del turista y, como consecuencia, de las declaraciones lo cual poseen un valor bastante escéptico a los efectos positivos (48%), que más o menos fueron de carácter positivo, 33%, bastante negativo, 8%, hasta muy negativos, (11%).

**¿Cómo usted piensa sobre el turismo y las consecuencias?**



**¿Qué problemas el turismo genera?**



Las fuentes del problema deben nombrarse al fin del examen para la carga ambiental que se genera por el turismo. El tráfico (19,5%) así como la falta de agua (19,5%) estaba en el primer plano como las causas principales. Se vieron las áreas amplias de terreno para la venta a los extranjeros (17,1%), la falta de energía (15,9%) así como en el problema de desechos (12,2%). Sólo 8,5% de los entrevistados lamentaron la pérdida de la identidad cultural por otro lado, el problema del ruido jugó un papel

importante con 7,3%.

**Entrevista a los representantes ambientales de la Ciudad Palma de Mallorca (acortado)**

**El grupo de estudiantes: (GE)** ¿Cuántos habitantes tiene la ciudad que Palma, y en qué áreas se dan los problemas más grandes?

**Representante ambiental: (RA)** La población de Palma es de aproximadamente

350.000 habitantes. Hay aquí muchos problemas, por ejemplo con los turistas alemanes que se emborrachan y se han quedado con muchos lugares de la playa de Palma en El Arenal.

Hay también sin embargo, muchos problemas interiores. Entre otras cosas, un problema grande está a través de la molestia del mucho ruido, que provocan especialmente las personas jóvenes. Otro problema es la falta de agua que se ha encontrado aquí.

A través de esto, es por la cantidad de turistas que se encuentran aquí es por lo que el agua se ha ido escaseando, no importándole a otros países. Se tiene que embarcar agua por medio de naves gigantescas a la isla. Otro problema que sin embargo sólo representa un problema de poco valor, que es la infraestructura de Mallorca.

**GE:** ¿Cómo se podría tratar el problema del turismo?

**RA:** Cada vez llegan más turistas a Mallorca, debe de levantarse un impuesto turístico, sin embargo esto no ha ocurrido todavía desde que los políticos votaron en contra de él.

**GE:** ¿Usted también ve ventajas de la isla a través del turismo?

**RA:** A pesar de las muchas desventajas que causa el turismo de masa en Mallorca, él tiene sin embargo algunos aspectos positivos. Ya que representa una fuente económica para Mallorca lo cual mejora su nivel de vida. Además, los turistas promueven a la isla. Uno también espera ventajas en el área social. Así que, muchas ocupaciones se originan en el área del turismo. Hay universidades particulares en las cuales se brindan a los estudiantes conocimientos acerca del problema del turismo de masa y se ocupan de ver las ventajas fuera de él.

### **Entrevista a Carolina Suanu Bosch, Coordinadora de la Agenda Local 21 de Calvià, miércoles, 17.05.2000**

**GE:** ¿Qué ciudad presenta más problemas ambientales y cómo se combaten los problemas referentes al agua y turismo en las áreas?

**C.B.:** Nosotros iniciamos hace 10 años un plan de agua en Calvià. Además nosotros intentamos mejorar restaurando los

edificios y preparamos cubos de basura.

**GE:** ¿Qué tan altas son las inversiones?

**C.B.:** Nuestro presupuesto está lleno de los impuestos.

**GE:** ¿Cuáles son los éxitos más notables que lleva la agenda 21 con las tabernas?

**C.B.:** Nosotros todavía no podemos mostrar hasta ahora desgraciadamente un éxito grande. Uno puede ver los éxitos mediante el trabajo aproximadamente en 10 años, esto es parte de nuestra filosofía medioambiental.

**GE:** ¿Usted es miembro de una organización Internacional?

**C.B.:** Sí, nosotros somos miembro del NEP que es la organización de Viaje Mundial y con las Ciudades Sostenibles Europeas y Campaña de los Pueblos.

**GE:** ¿Cuáles son las ventajas de ser miembro?

**C.B.:** Ser un miembro ofrece la posibilidad de la cooperación local para nosotros.

**GE:** ¿Cuántos miembros hacen Agenda 21 para las tabernas en Calvià?

**C.B.:** Dos colaboradores extensos todavía trabajan en el proyecto conmigo.

**GE:** ¿Qué problema medioambiental se considera como el más urgente?

**C.B.:** El problema más grande con que nosotros tenemos que luchar, es la escasez de agua.

**GE:** ¿Qué problemas ve usted como el más bajo en el área?

**C.B.:** El problema más bajo es nuestro aire, es muy bueno aquí.

**GE:** ¿Qué es la Agenda 21 de las tabernas?

**C.B.:** Una Agenda de la taberna, es un programa para el medio y la acción duradera a largo plazo con un nivel local. Este concepto se originó en la conferencia de las Naciones Unidas sobre el desarrollo y el ambiente en Río de Janeiro así como en el nivel europeo a través de la carta constitucional de Aalborg en el año 1992 al año 1994 después de que las comunidades firmaron y se comprometieron tomar los pasos para el ambientalismo.

**GE:** ¿Qué peculiaridades posee la agenda de las tabernas?

**C.B.:** Una estrategia extensa está por debajo de ella con la meta de un desarrollo duradero. Se debe transportar el desarrollo

Calviàs a un área económica y social, deben crearse los requisitos principales para el desarrollo duradero durante los próximos años. Las tabernas Agenda 21 presentan los consiguientes medios:

- Equilibrar el desarrollo económico y social en el ambientalismo.
- El unísono de adelanto económico y calidad de vida.
- Una reparación entre la afluencia social y ambientalismo.
- En pensar, en un modelo durable o un desarrollo duradero, porque es nuestra obligación para satisfacer las necesidades actuales de cierto modo no poner en peligro la existencia y calidad de vida a seguir por las generaciones.

**GE:** ¿Usted podría esbozar el fondo histórico brevemente en sus actividades?

**C.B.:** En los años 60, 70 y 80 Calvià experimentó, un lavado de tierra en gran escala por parte del turismo de masa, un desenfadado crecimiento caótico de la planificación del pueblo en la entrada de las fronteras en el año de los 90 se presento:

- El declive numérico de los turistas
- Las planificaciones a corto plazo
- La modernización carente de las instalaciones del turismo.
- El turismo después de la receta "el sol y el mar"

Calvià estaba en riesgo, una atmósfera deprimida y una sobreoferta a la infraestructura del turismo. La agenda y las tabernas aparecen ahora en Calvià como una manera de retirar el guiñón del miedo. El proceso del vuelve a estudiar he inicia hace aproximadamente diez años. En el año 1992, el "Programa de Excelencia" tuvo lugar, dándose un ambientalismo mejorado, el aumento de calidad así como las instalaciones del hotel que eran anticuadas y por consiguiente existía una prohibición de reconstrucción determinada. Sin embargo, se encontraba sobre un catálogo de acción a corto plazo. En el año 1994, fue decidido tomar una nueva forma de aprender de los errores del pasado y se intentó reavivar las fuerzas económicas en esa ocasión para la protección del futuro. Antes de la admisión en las tabernas la agenda del lugar se tomó el voto en la reunión de la comunidad. Después, fue necesario encontrar la participación del ciudadano para las tabernas y la Agenda 21 en cada lugar.

**GE:** ¿Qué trae para el futuro las tabernas a la Agenda 21?

**C.B.:** Me gustaría nombrar dos ejemplos a esto:

- en 1998, la región Calvià tenía 150.000 habitantes, en el año 2015, se predijo un aumento de 250.000 habitantes es importante una agenda sin taberna.
- en 1998, Calvià tenía un consumo de agua de 103 litros por persona al día. Durante el año 2015 - sin las tabernas de la Agenda 21 - se tendrá un consumo de agua de 170 litros por persona al día, este proyectó se dará mientras que la agenda pueda asumir el consumote 100 litros por persona al día con un lugar apropiado.

Detener un desarrollo dirigido es totalmente erradamente, la agenda ofrece las tabernas como meta a las 10 pautas de un acto a Calvià:

1. La presión de la población representara el crecimiento del embellecimiento extenso de la costa se promoverá.

2. La integración, convivencia y calidad de vida de la población residente serán promovidos.

3. Las áreas naturales serán regadas para la protección del país.

4. La herencia histórica, cultural y escénica, será un hábito del estado.

5. El extenso desarrollo de los lugares turísticos, serán multiplicados.

6. El consumo de la comunidad Calvià se reducirá para hacer un lugar más atractivo esto es una meta para promover las vacaciones en un crecimiento de calidad duradera para los veraneantes así como elevar las fluctuaciones de negocios.

7. El tráfico local público, será mejorado, los peatones y las bicicletas que circulan en distintos lugares así como lugares desarrollados serán controlados.

8. Una administración responsable en el ambiente técnicamente en la mayoría de las áreas importantes de aguas, de energía, y de economía desechada.

9. Se invertirá en la educación un sistema económico al inicio de la dimensión y la diversificación.

10. La administración de nivel de la comunidad es innovadora a la reforma, y las posibilidades de inversión público privada serán concentradas.

Estas 10 pautas del acto comprenden 40 iniciativas. Así que, la pauta del acto contiene la expansión de las actividades de la investigación de Calvià con la iniciativa 39 de la modernización de la organización de la administración de la comunidad de Calvià y la iniciativa 40 en 10, como ejemplo.

### Conclusiones

El proceso de aprendizaje es siempre complejo y variado. Esta particularidad es muy marcada especialmente en el área del turismo. La formación para un desarrollo sostenido no debe limitarse solamente a un proceso formal de educación en los escolares, sino que además debe estar relacionado también a una temporada de viajes que por lo general están impregnadas de otras condiciones diferentes a las actividades cotidianas.

Cuando no se establece una educación y un proceso de formación sostenible, es muy probable que los alumnos de hoy sean los turistas de masa de mañana. Siendo así, la formación en valores a los adultos llegaría tarde para lograr cambios en los hábitos de consumo, estilos de vida y costumbres de viaje y, en el mejor de los casos, solo se alcanzaría un limitado efecto.

¿Que se consigue finalmente con el viaje formativo? Los viajes escolares organizados en el sentido expuesto en estas páginas persiguen en primer lugar una ética ambiental y la germinación de un principio intercultural que consideran aspectos de una globalizada responsabilidad, así como de la diferencia y heterogeneidad de las culturas. Los nuevos procesos de aprendizaje deben contribuir a un cambio de perspectiva y mejor entendimiento entre culturas que permitan experimentar una ampliación de la formación de una identidad individual.

¿Cuál es el resultado de la experiencia? El resultado del viaje escolar logró impulsar un proceso de conciencia para una sostenida conducta de viaje. Este logro fue posible a través de una experiencia dinámica de grupo que en su interior se evidenció un efecto multiplicador y consolidador de un proceso de aprendizaje.

¿Qué implica esto para el tema del turismo en general? Los organizadores de viajes deben reconocer su función ejemplar

a través de principios de un desarrollo sostenido. Sólo de este modo se puede generar una conducta de viaje responsable que no sólo termine en la conducta que manifiesta el cliente o consumidor, sino en la de fomentar ese fortalecimiento, también responsable.

### Bibliografía

- Ackermann, Paul  
1990 "Außerschulische Lernorte: Ein Beitrag zu einem ganzheitlichen bzw. mehrdimensionalen politischen Lernen". In Bundeszentrale für politische Bildung, *Zur Theorie und Praxis der politischen Bildung*. Bonn, Schriftenreihe Band 290.
- Ajuntament de Calvià Mallorca (Editor)  
1999 "Calvià Agenda Local 21. La Sostenibilidad de un Municipio Turístico. Plan de Acción, 10 Líneas de Acción Estratégicas y 40 Iniciativas". Calvià.
- Arnold, R./Müller, H.-J.  
1993 "Grundlagen und Perspektiven des Unterrichts: Handlungsorientierung und ganzheitliches Lernen in der Berufsbildung. 10 Annäherungsversuche," In *Erziehungswissenschaft und Beruf*, Band 4.: 323-333.
- Beck, Herbert  
1993 *Schlüsselqualifikationen. Bildung im Wandel*. Darmstadt.
- Betz, Klaus  
2003 "Es war einmal eine Ökosteuer". *Sonntag aktuell vom 08.06*.
- Bogner, Franz  
1994 "Sanfte Tour. Ausweg beim jährlichen Ritual des Davonlaufens?" *Geographie und Schule*, Heft 90.
- Borries, Bodo v.  
1992 "Forschendes Lernen in geschichtsdidaktischer Perspektive". In Schülerwettbewerb Deutsche Geschichte um den Preis des Bundespräsidenten. *Forschendes Lernen im Geschichtsunterricht*, Stuttgart.
- Butler, R.W.  
1980 "The Concept of a Tourism Area Cycle of Evolution. Implications for Management of Resources". *Canadian Geographer*, 24: 5-12.
- Fechner, M.  
1990 "Massentourismus am Mittelmeer". *Praxis Geographie*, Heft 11.

- Frankfurter Allgemeine Zeitung (FAZ)  
1997 "Zu viele Touristen" vom 13.09.1997.  
Freyer, W.,  
1995 *Tourismus. Einführung in die Fremdenverkehrsökonomie*. München.
- Gayler, B.  
1990 "Urlaubsreisen junger Leute", *Praxis Geographie*, Heft 6: 23-26.
- Gudjons, Herbert  
1994 *Handlungsorientiert lehren und lernen. Schüleraktivierung - Selbsttätigkeit - Projektarbeit*, Bad Heilbrunn.
- Hasch, R. (Hrsg.)  
1977 *Landesgeschichte und Exkursion im Geschichtsunterricht*, Donauwörth.
- Hemmer, M.  
1996 *Reiseerziehung im Geographieunterricht*, Nürnberg.
- Kagermeier, Andreas  
2002 "Tourismus im Mittelmeerraum: Entwicklung und Perspektiven" *Praxis Geographie*, Heft 3.
- Kaiser, Franz-Josef/Weitz, Bernd  
1989 "Zur Vermittlung von Schlüsselqualifikationen im Rahmen der Lernbüroarbeit", In *Organisationsentwicklung als Kulturentwicklung - Einübung in die Wahrnehmung eines Ganzen*, Baltmannsweiler.
- Kirstges, Thomas  
1995 *Sanfter Tourismus - Chancen und Probleme einer Realisierung eines ökologieorientierten und sozialverträglichen Tourismus durch deutsche Reiseveranstalter*, München.
- Krippendorf, Jost  
1975 *Die Landschaftsfresser, Tourismus und Erholungslandschaft - Verderben oder Segen?* Bern.
- Maier, Gerhart  
1999 "Studienfahrt-Exkursion-Regionalsstudien". In Bundeszentrale für politische Bildung, *Handbuch zur politischen Bildung*. Bonn, Schriftenreihe Band 358, 393-397.
- Müller, H.  
1995 "Nachhaltige Regionalentwicklung durch Tourismus: Ziele - Methoden - Perspektiven", In *Tourismus und nachhaltige Entwicklung. Strategien und Lösungsansätze*, Trier.
- Nahrstedt, W.  
1995 "Tourismus - Von der Erziehungswissenschaft vergessen? Themen und Strukturen der Reisepädagogik heute" In *Lernen auf Reisen? Reisepädagogik als neue Aufgabe für Reiseveranstalter, Erziehungswissenschaft und Tourismuspolitik*, Bergisch Gladbach, Bensberger Protokolle 65.
- Opaschowski, Horst  
2000 "Jugend im Zeitalter der Eventkultur". *Aus Politik und Zeitgeschichte*, Bonn, Heft B 12/2000. 17-23.
- 1995 *Freizeit- und Tourismusstudie. Freizeitökonomie. Marketing von Erlebniswelten*, Opladen.
- 1991 *Freizeit- und Tourismusstudien. Ökologie von Freizeit und Tourismus*, Opladen.
- 1989 *Freizeit- und Tourismusstudien. Tourismusforschung*, Opladen.
- Petermann, Thomas  
1998 *Folgen des Tourismus. Gesellschaftliche, ökologische und technische Dimensionen*, Scheßlitz.
- Richter, E.  
1992 "Forschendes Lernen und Unterrichtspraxis", In Schülerwettbewerb Deutsche Geschichte um den Preis des Bundespräsidenten. *Forschendes Lernen im Geschichtsunterricht*, Stuttgart.
- Rochlitz, Karl-Heinz  
1988 "Begriffsentwicklung und -diskussion des sanften Tourismus", *Freizeitpädagogik*, Heft 3-4.
- Schwede, Dieter  
1999 "Mallorca. Reiseklassiker mit klassischen Problemen", *Praxis Geographie*, Heft 11.
- Sitio de web de la ciudad Calvía bajo [www.calvia.com](http://www.calvia.com)
- Sitio de web de la ciudad Palma de Mallorca bajo [www.a-palma.es](http://www.a-palma.es)
- Sitio de web del Gobierno de las Islas Baleares bajo [www.caib.es/govern](http://www.caib.es/govern)
- Sonntag Aktuell  
2000 "Wer darf eigentlich noch bauen"? vom 06.02.2000.
- 2002 "Etikettenschwindel mit dem Öko-Label" vom 20.01.2002.  
Stuttgarter Nachrichten  
2002 "Verfassungsgericht genehmigt Ökosteuer" vom 18.03.2002.
- Thiel, F./Homrighausen, K.  
1993 *Reisen auf die sanfte Tour. Ein Handbuch für Urlaubsreisen, Jugendherbergen und Klassenfahrten*, Lichtenau.

- Treml, Manfrd  
1977 "Bayerische Landesgeschichte im Unterricht", *Landesgeschichte und Exkursion im Geschichtsunterricht*, Donauwörth.
- Ungerer, Lothar Arthur  
1999 "Entdeckendes/forschendes Lernen" In Bundeszentrale für politische Bildung. *Handbuch zur politischen Bildung*. Bonn, Schriftenreihe Band 358: 265-269
- Wöhler, Karlheinz  
2001 "Tourismus und Nachhaltigkeit". *Aus Politik und Zeitgeschichte*, Bonn, Heft B 47/2001.
- World Tourism Organization (WTO)  
1989 *Yearbook of Tourism Statistics 1988*. Madrid.  
1999 *Yearbook of Tourism Statistics 1998*. Madrid.

*Recibido:* 27 de febrero de 2006  
*Reenviado:* 24 de enero de 2007  
*Aceptado:* 18 de marzo de 2007  
*Sometido a evaluación por pares anónimos*