

Renovación de destinos y percepción de la protección ambiental.

El caso de Fuerteventura (Islas Canarias, España)

Agustín Santana Talavera

Instituto Universitario de Ciencias Políticas y Sociales.
Universidad de La Laguna
asantana@ull.es

Pablo Díaz Rodríguez

Universidad Complutense de Madrid
diazrodriguez@gmail.com

Alberto Jonay Rodríguez Darías

Instituto Universitario de Ciencias Políticas y Sociales.
Universidad de La Laguna/Escuela Universitaria de Turismo Iriarte.
jonayalberto@ull.es

RESUMEN

Las estrategias de renovación de destinos maduros son diversas. En el caso de la isla de Fuerteventura, las administraciones locales han emprendido el camino hacia la renovación y singularización a través de la apuesta por la activación de diferentes formas de patrimonio y la modificación de la imagen proyectada, introduciendo ciertos atributos que no habían sido insertados de manera clara en los discursos turísticos hasta el momento. Estos procesos implican dinámicas de resignificación en las que no siempre son tenidas en cuenta las diferentes maneras de pensar el territorio por parte de los pobladores del destino. Este trabajo se centra en la valoración de las propuestas de protección ambiental por parte de los tres grandes grupos de usuarios del territorio en cuestión (población nativa, residentes y turistas), partiendo de la hipótesis de que éstas serán significativamente diferentes como consecuencia de su particular grado de implicación con la isla.

Palabras clave: Estrategias de renovación de destinos; Activación patrimonial; Turismo; Fuerteventura; Percepción de la protección ambiental.

Renewal of destinations and perceptions of environmental protection *The case of Fuerteventura (Canary Islands, Spain)*

Agustín Santana Talavera

Institute of Social and Political Sciences.
University of La Laguna
asantana@ull.es

Pablo Díaz Rodríguez

University Complutense of Madrid
diazrodriguez@gmail.com

Alberto Jonay Rodríguez Darias

Institute of Social and Political Sciences.
School of Tourism Iriarte.
University of La Laguna
jonayalberto@ull.es

ABSTRACT

Renewal Strategies for mature destinations are diverse. In the case Fuerteventura, local governments have begun a renewal and singling process through the commitment by the activation of different forms of heritage and some changes in the island projected image, introducing certain attributes that had not been inserted clearly in the tourist speeches. These processes involve dynamic in which new meanings are not always taken into account the different ways of thinking about territory by residents of the destination. This work focuses on the perception of the three major groups of land users in question (native people, residents and tourists) about different environmental protection proposals, on the assumption that they will be significantly different because their particular degree of involvement with the island.

Keywords: Destinations renewal Strategies; Heritage; Tourism, Fuerteventura, Perception of environmental protection.

I. INTRODUCCIÓN

La isla de Fuerteventura, con 1.731 km², es la segunda isla más extensa del archipiélago canario y la más oriental después de Lanzarote. Se caracteriza por su carácter desértico (110mm de lluvia al año), su aspecto relativamente abierto y 'vacío', y sus paisajes volcánicos donde predomina el color ocre. La estructura de la costa es muy variada, destacando sus amplios acantilados en barlovento y espectaculares playas en sotavento, que junto a la agradable temperatura, característica de un clima subtropical oceánico, son los aspectos más valorados por sus visitantes (Criado, 1992; Paredes y Rodríguez, 2002; Rodríguez Delgado, 2005; Díaz Rodríguez *et al*, 2010a).

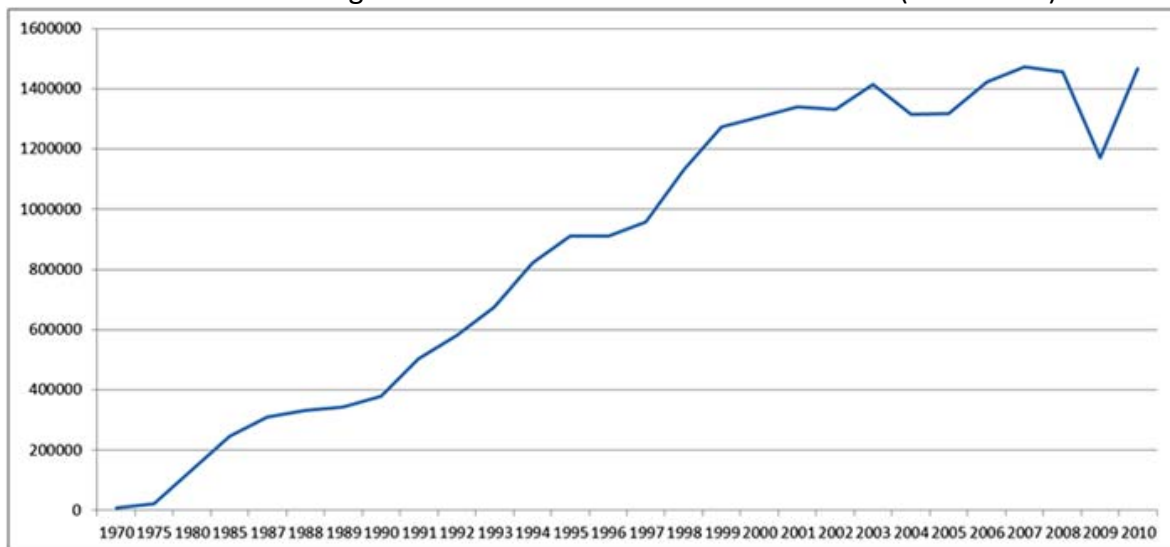
Las actividades productivas históricas han caracterizado por la ganadería caprina extensiva (de costa), la pesca artesanal de bajura y el cultivo de leguminosas y hortalizas (principalmente patata, cebolla, garbanzo y lenteja). Existen reseñas históricas de que llegó a denominarse "el granero de Canarias" por su relevancia agraria y el volumen de exportación hacia otras islas, pero hoy sufre un evidente agotamiento del suelo y un patente abandono de la actividad. La ganadería sigue manteniéndose, aunque actualmente predomina la producción estabulada. Estas actividades han dejado una huella patente en el paisaje de la isla.

Actualmente, las actividades productivas a las que tradicionalmente se ha dedicado la población mayorera ocupan a un 2% de los habitantes de Fuerteventura. Más del 86% de los residentes ocupados trabajan en hostelería, comercio, turismo, educación y administración (sector servicios), a los que habría que añadir el gran número de ocupados en el sector construcción (otro 8%; ISTAC 2011). Este fenómeno ha sido fundamentalmente influido por el desarrollo turístico de las últimas décadas, que ha propiciado el traslado de estatus, capital y personal que ha llevado a una situación de abandono las formas históricas de producción en la isla. Esta circunstancia ha tenido importantes repercusiones en aspectos como la estructura de los hogares, de las viviendas, en la estructura económica familiar o en el volumen y estructura generacional de las diferentes poblaciones (Ruiz-Labourdette *et al*, 2010).

Fuerteventura se organiza administrativamente en seis municipios, dentro de cuyos límites existen unos 80 núcleos de población dispersos que no privan a la isla de su carácter de territorio relativamente 'despejado'.

Estudios sobre la evolución histórica reciente de Fuerteventura (Díaz Pineda, 2010) revelan que su intenso desarrollo turístico desde la construcción de sus primeros hoteles y el Parador Nacional de Turismo en la costa de sotavento (concretamente en los núcleos de El Matorral, Morro Jable y Corralejo) ha generado importantes repercusiones socioeconómicas y socioculturales en toda la isla. En estos núcleos turísticos comenzó a forjarse desde los años 70 del siglo XX (Gráfico 1) un modelo de turismo asociado principalmente a la oferta de sol y playa, que aún caracteriza al destino.

Gráfico 1.
Evolución de la llegada de turistas a la isla de Fuerteventura (1970-2010).



Fuente: Elaboración propia en base a datos del ISTAC (Instituto Canario de Estadística).

Las características de las áreas principalmente seleccionadas para la construcción de infraestructuras turísticas han posibilitado la proyección de una imagen turística fácilmente identificable con los estereotipos propios del imaginario colectivo sobre destinos costeros ideales como playas de arena blanca, aguas azul turquesa, sol y temperatura agradable, además del confort en los servicios (Rodríguez Darías *et al.*, 2010), frente al resto de la isla (interior y barlovento), que ha venido siendo considerada sólo como complemento, lo que ha influido en que en estas zonas se hayan atenuado los procesos inflacionarios y constructivos hasta hace menos de una década.

En la actualidad son fácilmente apreciables determinadas disonancias entre los núcleos de población de la isla debido al desfase en la forma en que los diferentes entornos de la isla han sido incorporados al negocio turístico (Ruiz-Labourdette *et al.*, 2010; Díaz Rodríguez *et al.*, 2010a, 2010b). Los espacios destinados principalmente al turismo masivo de sol y playa de la costa de sotavento se caracterizan por tener un alto volumen de población y acceso a servicios, viviendas modernas en régimen de alquiler, habitadas por pocas personas y población residente joven y no nativa, ocupada fundamentalmente en trabajos relacionados con la hostelería, el sector inmobiliario, el comercio y la construcción. En contraste, los núcleos históricamente 'abandonados' de interior y barlovento que han tenido un ritmo de crecimiento de influencia turística lento o nulo, se caracterizan por tener un escaso volumen de población, viviendas tradicionales y antiguas en propiedad, y población residente nativa y envejecida que aún se dedican a actividades como la agricultura, la pesca y la industria extractiva.

Como se muestra en el gráfico 1, la evolución de la isla como destino ha estado caracterizada por un alto crecimiento en el número de turistas hasta el inicio de la década de 2000. Teniendo en cuenta éste y otros indicadores (principalmente exceso de oferta y descenso del gasto realizado por los visitantes), a partir de la teoría de ciclo de vida propuesta por Butler (1980), la isla puede caracterizarse como un destino turístico en fase de

estancamiento (Santana *et al.*, 2010), y por tanto con necesidades de generar estrategias de rejuvenecimiento que eviten el declive.

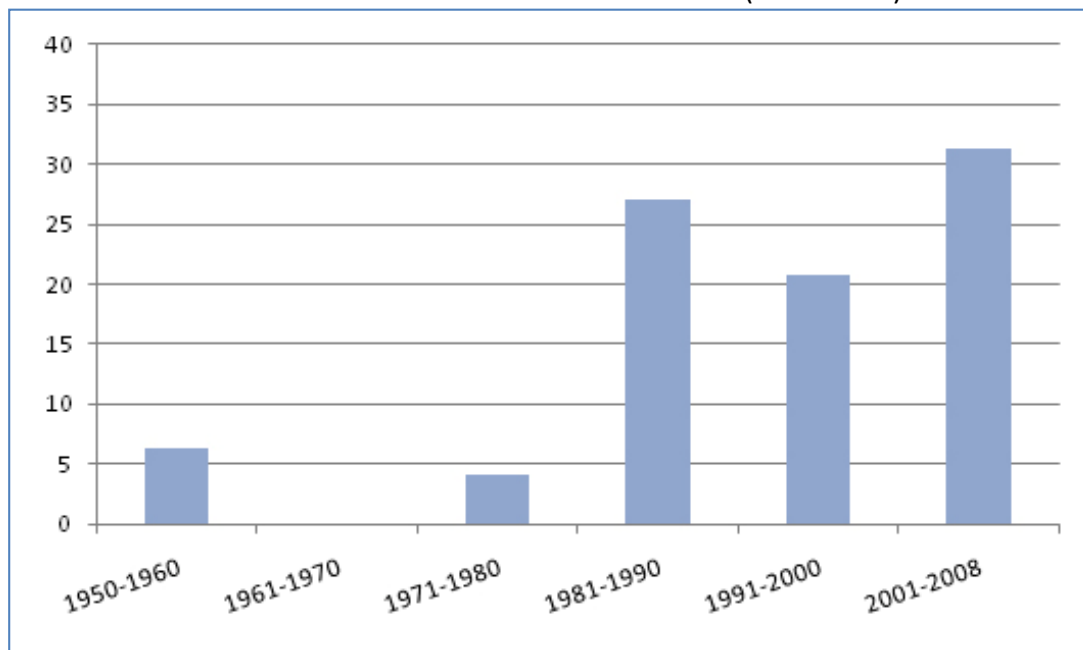
De manera coherente con la circunstancia anterior, un análisis de las imágenes proyectadas por diferentes agentes turísticos de Fuerteventura (Rodríguez Darías *et al.*, 2010) ha revelado que las administraciones locales han iniciado una estrategia destinada a modificar el imaginario general de la isla, haciendo hincapié en la exposición de elementos de carácter patrimonial. Sin embargo, este proceso de renovación no es unánime, lo que está provocando ciertos conflictos a la hora de generar estrategias de selección y significación de los bienes dignos de constituirse en recursos turísticos entre estas administraciones y agentes privados, que, espoleados por la demanda actual, continúan proyectando la isla como un destino tradicional de sol y playa.

1.1 Resignificación territorial

La aparente voluntad de las administraciones locales por reorientar y diferenciar el destino turístico Fuerteventura ha tenido un reflejo directo cuantitativo y cualitativo sobre la patrimonialización de espacios y elementos en la isla, fundamentalmente desde el 2004.

La evolución histórica de los procesos de declaración institucional de patrimonio cultural revela un crecimiento importante de los elementos declarados en los últimos años. Así, tras la década de los 80, coincidiendo con el despegue turístico de la isla, donde se produjo la primera gran oleada patrimonialista mediante la declaración de 11 edificios religiosos, la cueva de Villaverde y los hornos de cal de Guirra, el periodo 2001-2008 se constituye con un 31% como el periodo en el que más Bienes de Interés Cultural (BIC) se han declarado en Fuerteventura desde la inscripción de su primer BIC en 1950 (Gráfico 2). A esta trayectoria habría que añadir otros 793 elementos inventariados desde esa fecha por el Cabildo y los diferentes ayuntamientos de la isla. En este proceso, además, puede apreciarse una clara tendencia a la ampliación del significado de patrimonio cultural, pasando de una inicial concepción básicamente monumentalista (iglesias y yacimientos) a la inclusión de expresiones representativas de carácter más amplio (entre las que se incluyen elementos como romerías y fiestas populares).

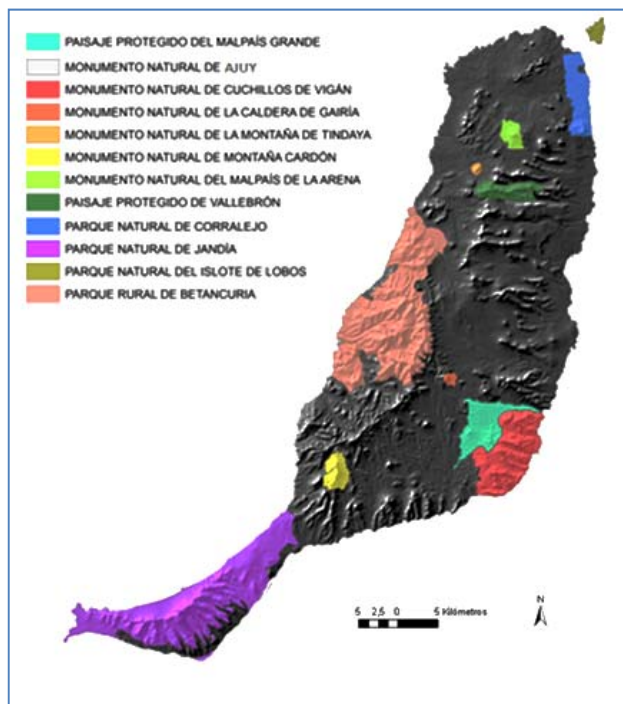
Gráfico 2.
Elementos declarados Bien de Interés Cultural (1950-2008).



Fuente: Elaboración propia en base a datos del Gobierno de Canarias, Cabildo de Fuerteventura y ayuntamientos de la isla.

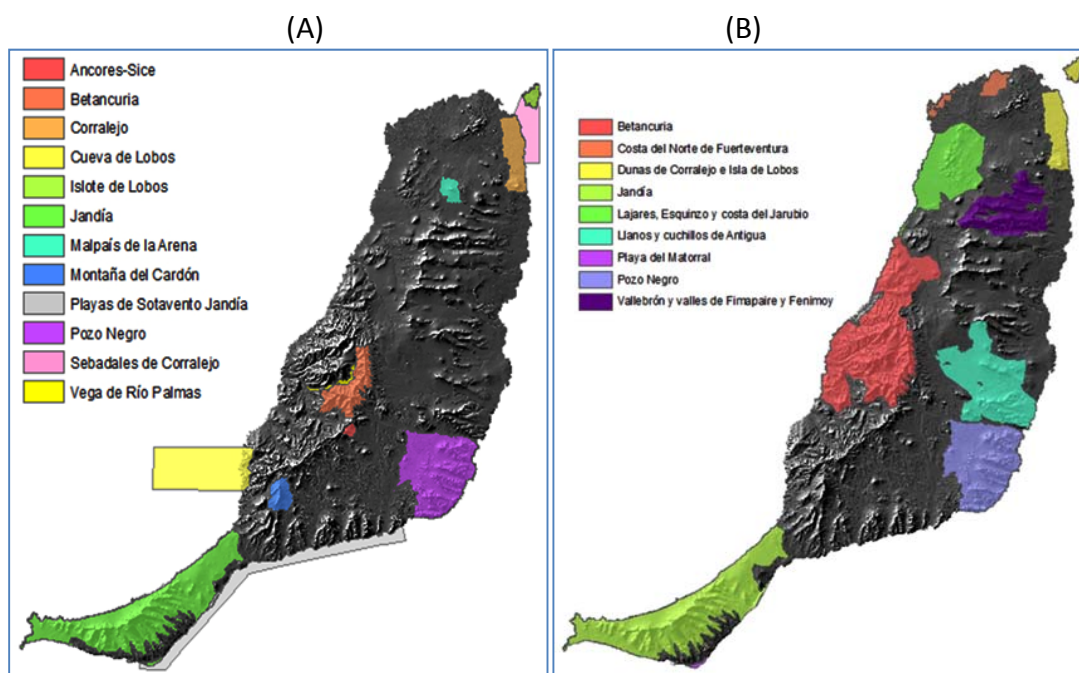
Respecto al denominado patrimonio natural de Fuerteventura, la situación es similar. El número de espacios protegidos puede considerarse elevado, habiéndose constituido en principalmente en el año 1987 doce espacios de diferentes categorías de protección (Parque Natural, Monumento Natural y Paisaje Protegido; Figura 1), a lo que posteriormente se añadirían diferentes espacios declarados como Zona de Especial Protección para las Aves (ZEPA) y como Lugares de Interés Comunitario (LIC), en su mayoría integradas en el interior de las áreas ya mencionadas.

Fig.1. Espacios Naturales Protegidos de la isla de Fuerteventura (1982-1987).



Fuente: Elaboración propia a partir de datos de GRAFCAN.

Fig. 2. Lugares de Interés Comunitario (A) y Zonas de Especial Protección para las Aves (B) de Fuerteventura

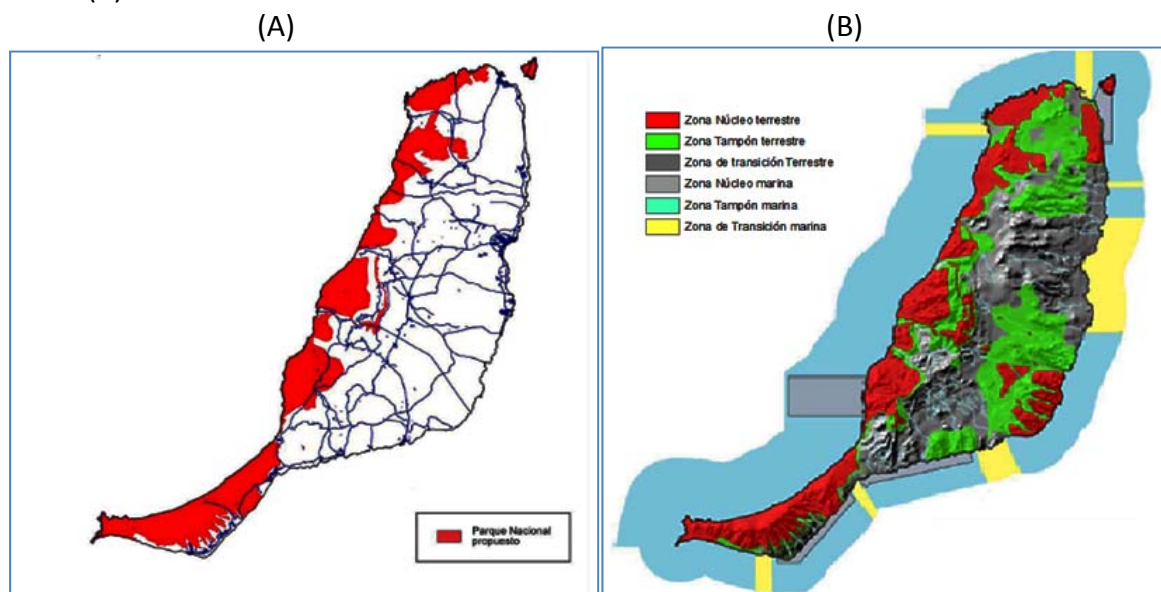


Fuente: Elaboración propia a partir de datos de GRAFCAN.

En los últimos años, en coherencia con las referidas estrategias de renovación, ha aparecido un cambio del modelo conservacionista que se ve reflejado en unas patrimonializaciones ambientales cualitativamente diferentes a las conocidas hasta el

momento en la isla. La redacción del proyecto escultórico de Eduardo Chillida en Montaña Tindaya (declarado Monumento Natural) supone el pistoletazo de salida para estrategias enfocadas hacia un nuevo modelo turístico por parte de las administraciones locales, alegando que Fuerteventura, a pesar de la cantidad de espacios inscritos bajo múltiples figuras de conservación “constituía paradójicamente un territorio insuficientemente protegido” (Díaz Pineda, 2010: 13). Con esta premisa, la isla ha sido declarada en 2009 Reserva de la Biosfera y desde 2005 viene desarrollándose la idea de la declaración de un Parque Nacional (PN) que, de acuerdo con lo propuesto desde las administraciones locales, coincidiría con la zona núcleo de la referida reserva, lo que constituiría uno de los parques nacionales más extensos del Estado Español (Figura 3).

Fig. 3. Parque Nacional Propuesto (A) en Fuerteventura y Zonas de la Reserva de la Biosfera (B).



Fuente: Cabildo de Fuerteventura.

Las acciones de activación patrimonial como estrategia para generar nuevos productos y una imagen renovada de Fuerteventura en la que se haga hincapié en argumentos vinculados simbólicamente con formas de turismo natural y cultural, terminan por hacerse patentes en los discursos de los agentes institucionales, quienes no dudan en afirmar que estas actuaciones están orientadas a conseguir “un modelo de base cultural y de la naturaleza como alternativa al turismo ‘clásico’” (Díaz Pineda, 2010).

Sin embargo, estas patrimonializaciones también implican una resignificación del territorio. A partir de estos procesos se termina otorgando a estos espacios un papel esencialmente estético para el deleite de unos consumidores ambientales fundamentalmente exógenos. Estos nuevos paisajes reinventados rara vez consideran los significados y posicionamientos basados en las vivencias y prácticas cotidianas asociadas al territorio de las poblaciones locales que en él se insertan. Más bien, suelen consistir en estrategias de rentabilización del espacio.

“En el ámbito económico, contribuirá a posicionar a Fuerteventura ‘como un mercado de características singulares que no sólo oferte sol y playa sino toda una gama de parques naturales, bienes patrimoniales, zonas rurales y centros de ocio y museos’, concluye la consejera.”

<http://www.fuerteventuradiario.com/?p=8035>

Las poblaciones locales, en todo caso, pueden mantener múltiples posicionamientos ante estos procesos de patrimonialización y resignificación territorial. Como agentes activos, los habitantes de Fuerteventura van construyendo sus discursos en función de múltiples aspectos contextuales que pueden provocar tanto una reacción de rechazo ante el sentimiento de tergiversación de su imagen propia, como una total asimilación de los discursos implantados.

Bajo esta premisa, y en el contexto de la propuesta de creación del Parque Nacional, nos interesa advertir hasta qué punto el discurso patrimonialista protagonista de los últimos años tiene en cuenta el modo de percibir el medio por parte de las poblaciones locales. Para ello, basándonos en una encuesta y en un estudio cualitativo de carácter etnográfico, trataremos de caracterizar las diferentes percepciones sobre este proceso de los principales agentes afectados por la futura declaración del Parque Nacional.

II. METODOLOGÍA

Para la consecución del objetivo planteado el trabajo se basa en el análisis de los datos de una encuesta realizada en cuatro oleadas a residentes nativos, residentes no nativos y turistas (Tabla 2) donde se preguntó entre otras cuestiones sobre cuestiones relacionadas con la posible declaración de un Parque Nacional en la isla y sobre los atractivos de la isla. Además, estos resultados se complementarán con los datos creados a partir de un trabajo de campo de carácter etnográfico desarrollado de manera intermitente durante el periodo 2008-2010.

Tabla 2. Ficha de encuesta

	NATIVOS	RESIDENTES	TURISTAS
Muestra inicial por oleada	250		300
Número de encuestas válidas (por oleada)	98/87/83/246	164/177/185/279	319/308/312/353
Número total de encuestas válidas	514	805	1292
Fechas (por oleada)	29-17 Julio, 2009 24 Septiembre-15 Octubre, 2009 11-28 Enero, 2010 29 Marzo-12 Abril, 2010		29 Junio-5 Julio, 2009 28 Septiembre-4 Octubre, 2009 11-17 Enero, 2010 26-31 Marzo, 2010
Sistema de recogida de datos	CATI		PAPI
Lugares	Distribución proporcional por municipio		Aeropuerto de Fuerteventura
Método de selección de la muestra	Muestreo aleatorio estratificado		Muestro aleatorio simple

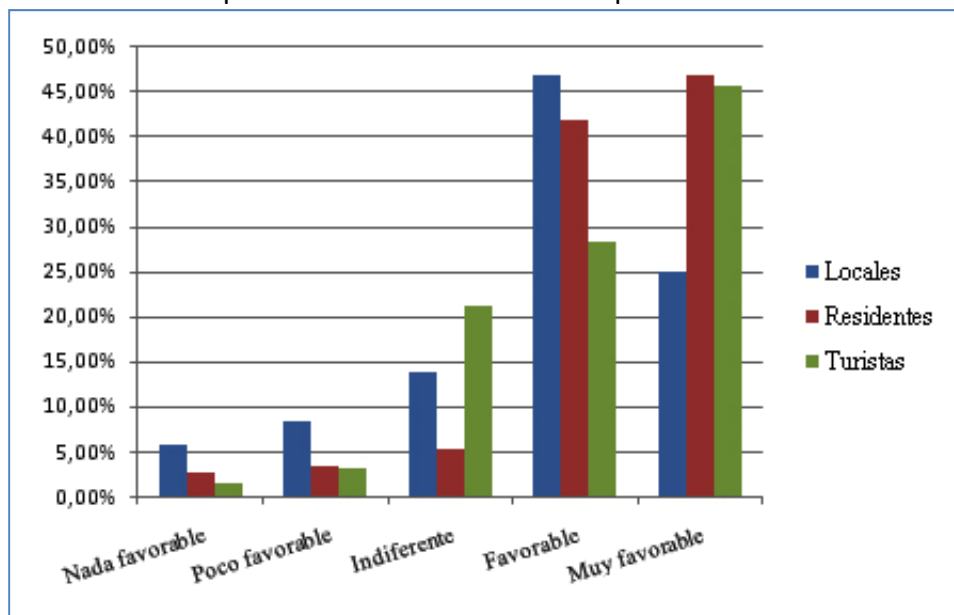
Considerando la diversidad de agentes vinculados al patrimonio en general y al entorno que se pretende patrimonializar con el PN en particular, se consideraron a efectos analíticos la diferenciación entre nativos, residentes y turistas, atendiendo a las posibles diferencias de percepción, participación y apropiación de cada uno de estos colectivos.

- (a) *Población nativa*, dado que nuestro objetivo consiste en caracterizar su posicionamiento frente a la propuesta de implementación del Parque Nacional respecto a otros posibles destinatarios y la posible incongruencia entre las formas locales de pensar el espacio y las significaciones que se generan a partir de la patrimonialización de su entorno. Se considerará dentro de este grupo a todas las personas nacidas y residentes en Fuerteventura. Supuestamente, estos agentes, por su experiencia cotidiana y procesos de socialización histórica y cultural, mantienen, en principio, un característico vínculo con el territorio que permitiría diferenciarlos del resto de agentes residentes en la isla.
- (b) *Población residente*: población no nacida en Fuerteventura que reside de forma permanente en la isla. Se considera de gran relevancia a este colectivo dada la alta incidencia de la inmigración peninsular y extranjera que principalmente desde los 70 acude a la isla atraída por las oportunidades de negocio y trabajo que generó el auge del turismo además de por los estereotipos de calidad de vida (clima, precio, tranquilidad, etc.). Actualmente la isla tiene una población total de 103.492 personas, de las cuales 35.347 (34%) han nacido en el extranjero (Padrón, 2010). Partimos de la hipótesis de que los procesos de apropiación del medio de la población residente son diferenciales al resto de habitantes por sus circunstancias socio-históricas, que se reflejan en un concreto aprendizaje cultural y en unas específicas prácticas y percepciones sobre el territorio. Así, el grupo de residentes no nativos, como sujetos sociales, poseerán una característica representación del territorio en función de su procedencia sociocultural, mediada a su vez por los estereotipos y expectativas que influyeron en la elección de Fuerteventura como entorno de residencia habitual, y definida en última instancia por las creencias, ideas e impresiones conformadas a partir de su experiencia cotidiana, condicionadas por los procesos de socialización entre residentes y su integración diferencial con las poblaciones nativas.
- (c) *Turistas*: población visitante con una vinculación y una apropiación temporal con el entorno. La implicación de este grupo de usuarios con el espacio y los elementos patrimoniales viene condicionada por su vínculo temporal con el destino, sus experiencias previas, sus estereotipos y expectativas respecto a la isla y las motivaciones de su visita.

III. RESULTADOS

Como primer paso para analizar las percepciones ambientales de unos y otros, se procedió a comparar la valoración de cada grupo ante la posible declaración del referido Parque Nacional (Gráfico 2).

Gráfico 2.
Valoración sobre la posible declaración de un Parque Nacional en Fuerteventura.



Fuente: elaboración propia.

Los resultados muestran pequeñas variaciones respecto a la valoración entre grupos. Así, encontramos que un 14% de la población nativa estima nada o poco favorable la creación del Parque Nacional, frente a un escaso porcentaje de residentes y turistas (6% y 5% respectivamente). Una diferencia menos llamativa encontramos, sin embargo sobre las opiniones favorables o muy favorables al Parque Nacional, situándose en esta franja la opinión de un 72% de locales frente al 89% de residentes y el 74% de turistas.

Estos resultados hacen pensar en la existencia de dos grupos diferenciados de poblaciones nativas. Sin embargo, podemos decir que en general las poblaciones locales tienen una actitud positiva hacia la declaración del parque, que además se corresponde en gran medida con la de residentes y turistas.

Podemos asumir que en la isla de Fuerteventura existen actitudes muy diversas en lo que respecta a la actitud de los nativos frente a los turistas y las implicaciones territoriales que conlleva el desarrollo turístico. Sin embargo, hay que contar también con la posibilidad de que cincuenta años de contacto continuo con la peculiar mirada de los turistas (Urry, 1990) y el prolongado bombardeo de imágenes proyectadas para captar clientes, pueda haber contribuido en la transformación de la forma local de percibir su entorno, quizás visto ahora en gran parte a modo de escenario. Este proceso ha sido documentado en multitud de

destinos turísticos donde los anfitriones han mantenido una interacción prolongada con turistas (Cortés y Quintero, 2008, Santana, 1997).

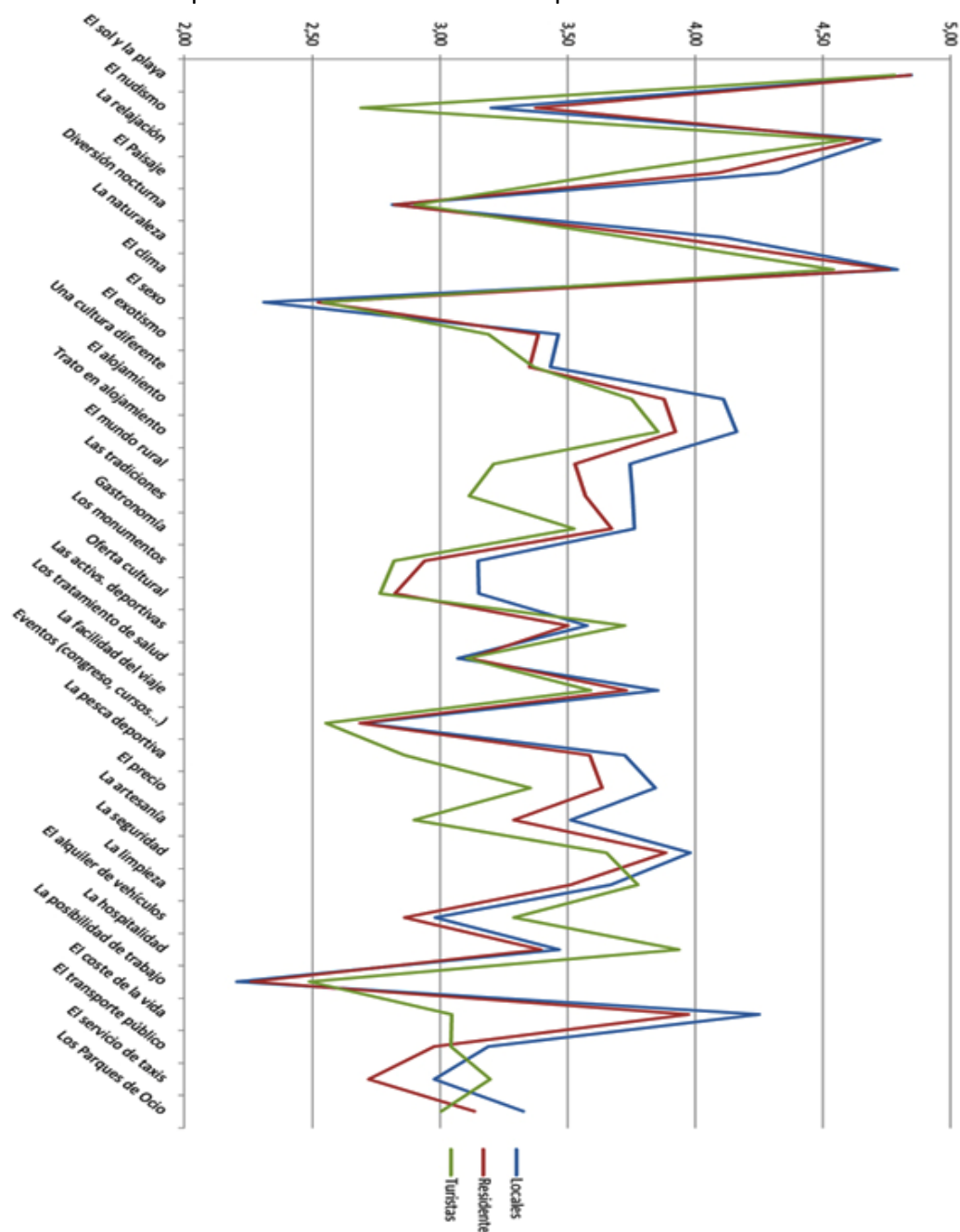
*(¿Cuáles son las zonas de El Cotillo que son más importantes para usted?) El Cotillo está bien porque tiene unas playas muy buenas, unas de las mejores playas que tienes yo creo que son estas, estas zonas del faro y todo eso para allá. Esta zona aquí de la playa y de ahí... para hacer hoteles debajo de esas montañas... todo eso es precioso. (...) Tienes aquella playa, tienes la de aquí, la playa era del águila... Todo eso. Sí, y Esquinzo, Jarugo... todo eso son unas playas muy buenas. Hay unas zonas para turistas muy buenas.
(Vecino de El Cotillo, 67 años, 2009).*

En cuanto a la valoración de determinados atributos generales de la isla, también encontramos convergencias relevantes (gráfico 3). Las playas, el sol, el clima y la relajación son los elementos mejor valorados por parte de los tres grupos tenidos en cuenta en este trabajo. Aun así, encontramos diferencias reseñables en cuanto a la valoración de la relevancia del coste de la vida y el precio (lo que resulta coherente con la consideración general del destino como en fase de estancamiento), la hospitalidad (mejor valorada por los visitantes) y actividades de implicación cultural como la pesca deportiva (mucho más valorada por residentes y locales).

Una manera de analizar la correspondencia de esta mirada turística, que puede estar influyendo en la percepción del medio y la manera de evaluar la conveniencia de implantar un Parque Nacional en la isla, puede pasar por prestar atención a cómo se percibe de manera conjunta por todos los colectivos implicados, para luego comparar de manera individualizada cómo es vista por locales, residentes y turistas.

Para proceder a este análisis se realizó un Análisis de Componentes Principales (ACP) tomando como observaciones todos los individuos entrevistados, sin diferenciar categorías de pertenencia, y como variables determinados aspectos de la isla que podrían ser apreciados por los turistas en la isla (gráfico 3), llamando la atención sobre los posibles elementos emblemáticos de la misma. En función de los dos primeros ejes resultantes del análisis (Tabla 3) puede decirse que una forma de ordenar la percepción de las diferentes características isleñas desde un punto de vista turístico es a partir de las actitudes turísticas. Así, mientras una parte de los implicados tiene una clara perspectiva propia del turismo cultural, como puede ser la apreciación de los valores tradicionales y folclóricos, la artesanía, la gastronomía local, el mundo rural, la realización de actividades culturales o la visita a monumentos, otros la tienen desde punto de vista del turismo más tradicional de sol y playa, valorando fundamentalmente la posibilidad de hacer nudismo, el sol y la playa, el clima, la relajación, el sexo y el precio (Eje 1, Tabla 3).

Gráfico 3.
Valoración sobre la posible declaración de un Parque Nacional en Fuerteventura.



Fuente: elaboración propia.

Otra forma de ordenar los aspectos más valorados de la isla puede entenderse a partir del segundo eje (Tabla 3). En este caso, los aspectos más valorados son aquellos que tienen que ver con las expectativas de los usuarios. Mientras que ciertos agentes valoran la posibilidad de acceso a servicios y la comodidad de la vivencia a partir del acceso a servicios como taxis, limpieza, seguridad o facilidad de la movilidad; otros inciden en la libertad que otorgan las posibilidades del destino de interacción con la naturaleza y la cultura, haciendo

hincapié en el nudismo, el exotismo, la naturaleza y el paisaje o en el mundo tradicional, folclórico y rural (Eje 2, Tabla 3).

Tabla 3. Pesos de las variables sobre atributos de Fuerteventura en los dos primeros ejes del análisis de ordenación hecho con el conjunto de población estudiado (locales, residentes y turistas). Del conjunto de 33 variables se representan sólo las de mayores pesos positivos y negativos.

VARIABLE	F1	VARIABLE	F2
Tradición, folclore	0,697	Servicio Taxis	0,492
Artesanía	0,695	Limpieza	0,433
Gastronomía local	0,688	Seguridad	0,382
Mundo Rural	0,677	Transp. público	0,367
Acts. culturales	0,676	Facilidad viaje	0,321
Monumentos	0,659	Parques de ocio	0,320
* * *		* * *	
Posib. de trabajo	0,397	Mundo rural	-0,245
Precio	0,318	Tradición, folclore	-0,269
Sexo	0,308	Monumentos	-0,274
Relajación	0,267	Paisaje	-0,301
Clima	0,221	Naturaleza	-0,328
Sol y playa	0,140	Exótico	-0,338
Nudismo	0,120	Nudismo	-0,354
F1 (26,29 absorbed variance)		F2 (6,78 absorbed variance)	

Una vez analizada la percepción general de los diferentes agentes tenidos en cuenta respecto a la percepción de la isla, se realizaron otros tres ACP consecutivos por cada uno de los grupos implicados para ver la ordenación de dichas variables en función de cada uno.

Los dos primeros ejes del ACP realizado teniendo en cuenta como observaciones al grupo de locales nativos mostraron la manera en que para estos actores presentan la isla (Tabla 4). Por un lado destacan sus atractivos relativos a la calidad de vida y la cultura, diferenciando un abanico que va desde aquellos atributos óptimos para un turismo propio de sol y playa (nudismo, clima, sexo, relajación, sol y playa, alojamiento, etc.) hasta otros ideales para un turismo de base cultural, con acceso a productos artesanales, un entorno limpio, actividades culturales, tratamientos de salud, contextos tradicionales y folclóricos o la posibilidad de visitar monumentos emblemáticos (Eje 1, Tabla 4). Por otro lado y relacionado con lo anterior, encontramos agentes locales que enfatizan los aspectos más relacionados con la calidad y la posibilidad de interacción socioambiental, donde entremezclan atributos tanto del entorno natural (naturaleza, paisaje, etc.) como cultural (tradición y folclore, gastronomía local, monumentos históricos o actividades culturales). Estos aspectos se relacionan ampliamente con las expectativas de los turistas de base cultural. Frente a este tipo de presentación de la isla, se sitúan aquellos que llaman la atención sobre los aspectos más

relacionados con la calidad de los servicios e infraestructuras que ofrece Fuerteventura, como el servicios de taxis, los parques de ocio, la seguridad o el transporte público (Eje 2, Tabla 4).

Tabla 4. Pesos de las variables sobre atributos de Fuerteventura en los dos primeros ejes del análisis de ordenación respecto al grupo de agentes nativos estudiado. Del conjunto de 33 variables se representan sólo las de mayores pesos positivos y negativos.

VARIABLE	F1	VARIABLE	F2
Artesanía	0,701	Naturaleza	0,537
Limpieza	0,659	Tradición, folclore	0,532
Acts. Culturales	0,640	Trato alojamiento	0,520
Tratamient. salud	0,640	Gastronomía local	0,508
Tradición, folclore	0,632	Paisaje	0,504
Monumentos	0,632	Monumentos	0,491
Seguridad	0,616	Acts. Culturales	0,473
Alquiler vehículos	0,613	Exótico	0,388
* * *		* * *	
Cultura diferente	0,329	Posib. de trabajo	-0,311
Alojamiento	0,328	Hospitalidad	-0,328
Sol y playa	0,198	Transp. público	-0,349
Relajación	0,170	Seguridad	-0,353
Sexo	0,133	Parques de ocio	-0,395
Clima	0,120	Precio	-0,401
Nudismo	0,075	Servicio taxis	-0,449
F1 (25,10 absorbed variance)		F2 (11,79 absorbed variance)	

Respecto al grupo de residentes, la ordenación de los atributos presentados, resultantes del eje 1 y 2 del ACP, muestran una isla con contrastes similares (Tabla 5). Por un lado enfatizan la posibilidad de acceso a una alta calidad de vida, ya sea mediante aspectos relacionados con turismo de sol y playa, precisamente por las propiedades de unas playas donde poder relajarse y tener la posibilidad de hacer nudismo en un paisaje y una naturaleza exótica y con un clima agradable, ya sea por la importancia otorgada a la tranquilidad y la practicidad que implica la isla por la oportunidad de acceso a productos artesanales, aspectos relacionados con la salud, la seguridad o el nivel de vida (Eje 1, Tabla 5). Frente a esta manera de ordenar los atributos de Fuerteventura, se sitúan los que, en concordancia con el primer eje y con el grupo de población nativa, destacan las características más relacionadas con la cultura y los servicios (Eje 2, Tabla 5). Así, mientras que unos se centran en aspectos como la ruralidad, el paisaje, la tradición y el folclore, la especificidad de la cultura local, el exotismo o los monumentos históricos, otros lo hacen sobre aquellos relacionados con los servicios, fundamentalmente aquellos relacionados con la movilidad (taxis, transporte público, alquiler de vehículos).

Tabla 5. Pesos de las variables sobre atributos de Fuerteventura en los dos primeros ejes del análisis de ordenación respecto al grupo del grupo de residentes no nativos estudiado. Del conjunto de 33 variables se representan sólo las de mayores pesos positivos y negativos.

VARIABLE	F1	VARIABLE	F2
Artesanía	0,840	Mundo rural	0,390
Tratamiento Salud	0,808	Paisaje	0,380
Seguridad	0,796	Tradición, folclore	0,356
Facilidad viaje	0,782	Cultura diferente	0,355
Pesca deportiva	0,766	Nudismo	0,327
Precio	0,761	Trato alojamiento	0,320
Posib. de trabajo	0,760	Exótico	0,314
Coste de la vida	0,757	Monumentos	0,309
* * *		* * *	
Exótico	0,604	Coste de la vida	-0,234
Sexo	0,530	Parques de ocio	-0,251
Naturaleza	0,480	Limpieza	-0,253
Clima	0,479	Alquiler vehículos	-0,264
Paisaje	0,451	Transp. Público	-0,302
Nudismo	0,401	Precio	-0,326
Relajación	0,309	Servicio taxis	-0,336
Sol y playa	0,099	Hospitalidad	-0,355
F1 (43,63 absorbed variance)		F2 (11,78 absorbed variance)	

Por último, el ACP realizado individualmente al grupo de turistas (Tabla 6), dio como resultado que, una forma de explicar la isla por parte de los turistas es a partir de las actividades propias del turismo de sol y playa frente a aquellas más propias del turismo basado en intereses culturales (Eje 1, Tabla 6). Otra, sin embargo, se conforma a partir de quienes destacan cuestiones vinculadas a la tranquilidad y el entorno de propicio para turismo de sol y playa como el paisaje, el relax o los alojamientos ideales frente a la calidad de vida y la posibilidad de acceso a los servicios (Eje 2, Tabla 6).

Tabla 6. Pesos de las variables sobre atributos de Fuerteventura en los dos primeros ejes del análisis de ordenación respecto al grupo del grupo de turistas estudiado. Del conjunto de 33 variables se representan sólo las de mayores pesos positivos y negativos.

VARIABLE	F1	VARIABLE	F2
Artesanía	0,816	Paisaje	0,375
Tratamiento salud	0,813	Relajación	0,375
Eventos, congresos	0,791	Alojamiento	0,359
Mundo rural	0,790	Trato alojamiento	0,345
Parques de ocio	0,788	Cultura diferente	0,339
Monumentos	0,785	Clima	0,334
Acts. culturales	0,785	Sol y playa	0,333

* * *		* * *	
Sexo	0,624	Hospitalidad	-0,233
Nudismo	0,574	Alquiler vehículos	-0,240
Naturaleza	0,569	Parques de ocio	-0,271
Paisaje	0,530	Coste de la vida	-0,287
Clima	0,372	Transporte público	-0,291
Relajación	0,338	Servicio taxis	-0,306
Sol y playa	0,117	Posib. de trabajo	-0,341
F1 (47,94 absorbed variance)		F2 (5,55 absorbed variance)	

A partir de estos resultados podemos decir que la forma en que los grupos de locales nativos perciben la isla se corresponde en una altísima medida con la forma en que lo hacen los residentes y turistas.

Atendiendo individualmente a cada una de los resultados de los ACP, podemos concluir que existen categorías de individuos, en función de la percepción de los atributos considerados en la isla, que son comunes a cada uno de los grupos de actores que se han tenido en cuenta. De esta manera podemos distinguir cuatro tipos fundamentales de interpretación de los atributos de la isla: (a) aquellos que llaman especialmente la atención sobre las playas y el clima, (b) los que enfatizan los elementos culturales, (c) los relativos a la calidad de vida y la comodidad de los servicios, y (d) los que presentan la isla como lugar ideal para interactuar con una idílica naturaleza y cultura (Tabla 7).

Tabla 7. Maneras de presentar los atributos de Fuerteventura en función de cómo es percibida por locales, residentes y turistas.

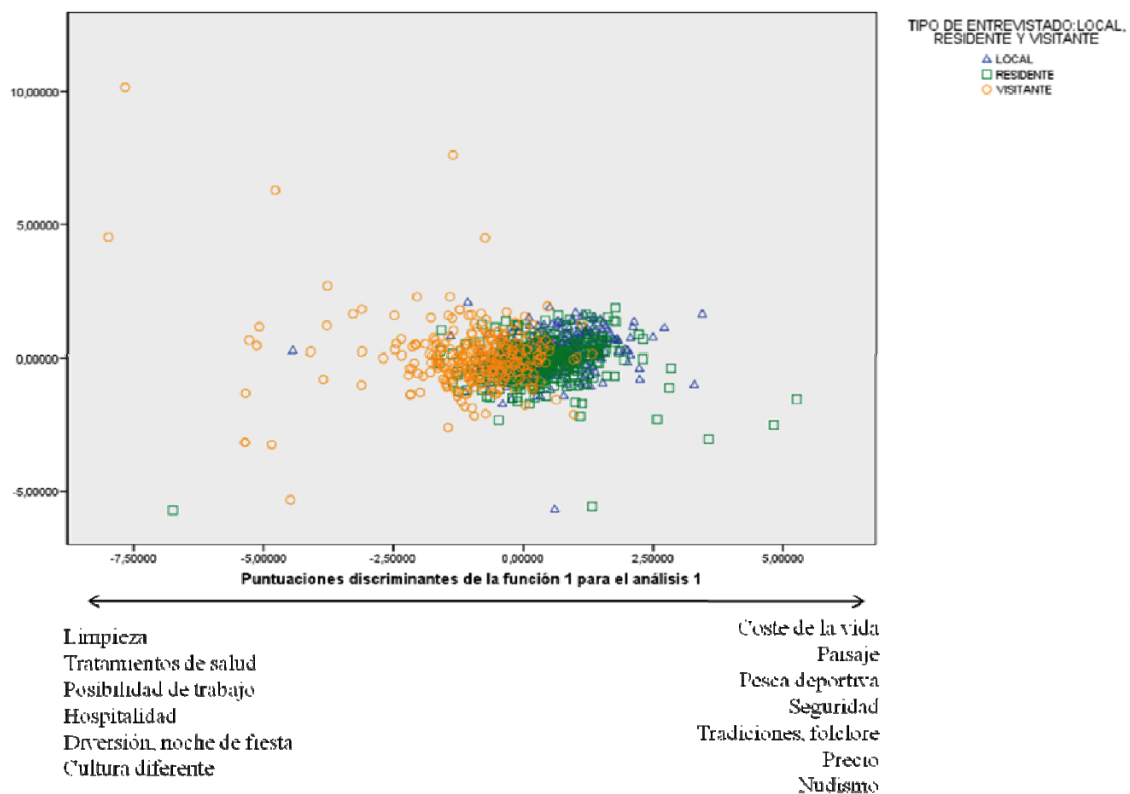
Indiferenciado	Sol y Playa / Cultural	Servicios / Interacción Naturaleza-Cultura
Locales	Sol y Playa / Cultural	Calidad de Vida (servicios) / Interacción Naturaleza-Cultura
Residentes	Sol y Playa / Calidad de Vida	Servicios / Cultura
Turistas	Sol y Playa / Cultural	Calidad de vida (servicios) / Entorno (sol y playa)

Podemos intuir pequeñas variaciones entre grupos, si bien las tendencias comunes son claramente palpables. Aun así, hemos querido depurar estas diferencias y determinar qué aspectos son los que diferencian cada grupo. Para ellos se llevó a cabo un Análisis Canónico Discriminante (AD). Mediante este procedimiento es posible determinar si existen diferencias significativas y obtener una función que establezca qué variables discriminan unos grupos de otros.

El resultado del análisis reveló una función discriminante significativa (97,29 % varianza) que mostraba 13 variables que generaban diferencias significativas entre los distintos grupos. Queda patente un gran solapamiento entre grupos, lo que indica una gran heterogeneidad intragrupal y un amplio parecido intergrupalo. Este parecido es aún más patente entre el los agentes locales y los residentes (Figura 4). La función canónica

discriminante indica que las variables que más diferencian a locales y residentes de los turistas son el coste de la vida, el paisaje la pesca deportiva, la seguridad, las tradiciones y el folclore, el precio y el nudismo. Algunas de estas características pueden resultar contradictorias, pero no lo son tanto si tenemos en cuenta que en representan las percepciones tanto de una población local con una reciente historia vinculada a los cambios provocados por el turismo y una población residente para la cual ciertas estos efectos están incidiendo sobre muchos de los aspectos que formaron parte de los estereotipos y expectativas que les orientaron hacia la elección de Fuerteventura como entorno de residencia habitual. Así, la inflación, la modificación del paisaje, las actividades tradicionales, el aumento de la delincuencia o la intimidad vinculada a ciertas prácticas desarrolladas sobre todo por los residentes como el nudismo, son preocupaciones que pueden diferenciar a este colectivo de aquellas de los turistas, quienes su vinculación con el entorno están más enfocadas a una apropiación temporal y a unas motivaciones muy concretas. Teniendo en cuenta estas circunstancias, parece claro que las variables que más diferencian a los visitantes del resto sean la limpieza, los tratamientos de salud, la posibilidad de trabajo (fundamentalmente por trabajadores temporeros), la hospitalidad y por supuesto la diversión y las noches de fiesta en un contexto cultural diferente.

Figura 4. Plano del AD. Muestra la posición de los agentes locales, residentes y turistas estudiados en relación a las variables que discriminan unos grupos de otros.



Función Discriminante: $Y_1 = -1,85 + 0,10 \text{ nudismo} + 0,30 \text{ paisaje} - 0,15 \text{ diversion} - 0,12 \text{ cultura diferente} + 0,15 \text{ tradicion} - 0,18 \text{ tratamiento salud} + 0,26 \text{ pesca deportiva} + 0,14 \text{ precio} + 0,17 \text{ seguridad} - 0,28 \text{ limpieza} - 0,18 \text{ hospitalidad} - 0,18 \text{ posibilidad de trabajo} + 0,36 \text{ coste vida}$.

IV. CONCLUSIÓN

El proceso de renovación de Fuerteventura como destino afín a los estereotipos del turismo de base en la naturaleza y la cultura tiene un claro fundamento en la paulatina introducción de un discurso patrimonialista que orienta a leer el territorio desde un punto de vista estético. Este tipo de actuaciones suele pasar por alto las significaciones de las poblaciones que han aprendido a reflexionar sobre su entorno en base a su cotidianidad. En el caso de Fuerteventura hemos querido ver si concretamente la propuesta de creación del Parque Nacional cuenta con la percepción favorable de la población local o por el contrario su proceso de implementación contrasta con la voluntad de los usuarios más directos.

Se ha podido ver que existen dos grupos diferenciados. Esto suele ser común ante multitud de circunstancias en múltiples contextos, dada la heterogeneidad de las poblaciones de cualquier territorio. Sin embargo, se ha podido contrastar que en el caso que nos ocupa, a pesar de las diferencias entre las imágenes propias de las poblaciones locales y las proyectadas por las administraciones, una gran mayoría de los agentes implicados están a favor de la implantación del área protegida. Concretamente, las poblaciones de Fuerteventura se caracterizan por haber mantenido un contacto prolongado e intenso con estereotipos y turistas, lo que puede haber influido en su forma particular de percibir su entorno.

Un acercamiento más exhaustivo sobre las diferencias en la percepción de ciertos atributos de la isla detona que, efectivamente, en las formas de pensar el entorno por parte de las poblaciones locales, residentes y turistas existe un solapamiento significativo. No obstante, los elementos que diferencian significativamente unos grupos de otros muestran ciertas disonancias respecto a características que definen la vinculación al medio de unos grupos frente a otros. Precisamente estas circunstancias pueden ser los fundamentos que dividan analíticamente las diferentes posiciones entre los grupos locales, siendo éstas fundamentalmente elementos habituales resultantes de ciertos efectos negativos que el turismo suele acarrear en las áreas de destino. A la hora de implementar acciones como la creación de un PN, que puedan influir en la transformación de las significaciones territoriales, no debería darse por hecho que los conflictos de apropiación de los grupos que se posicionan en contra no son acordes con los discursos ambientales que en teoría fundamentan estas protecciones. Del mismo modo que a la diversidad biológica se vincula entre otras cosas a la idea de un posible beneficio imprevisto a largo plazo, la diversidad cultural y de formas de vivir e interpretar el territorio puede resultar un bien de consecuencias que no deberían menospreciarse.

REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS

- BUTLER, RICHARD W. (1980) "The concept of a tourist area cycle evolution: Implications for management of resources". *Canadian Geographer*, 25(1): 5-12.
- CORTÉS, JOSÉ A. & QUINTERO, VICTORIA (2008) "Vida en las postales: Estrategias y adaptaciones de la población local a la cuestión del patrimonio natural y cultural". *Actas del X Coloquio Internacional de Geocrítica*, Universidad de Barcelona.
- CRIADO, CONSTANTINO (1992) *La evolución del relieve de Fuerteventura*. Puerto del Rosario, Cabildo Insular de Fuerteventura. Paredes y Rodríguez, 2002;
- DÍAZ PINEDA, FRANCISCO (2010). *Estudio para el Plan de Ordenación de los Recursos Naturales (PORN) de la Propuesta de Parque Nacional de Fuerteventura en su Primera Fase*. Islas Canarias, Cabildo de Fuerteventura. En Prensa.
- DÍAZ RODRÍGUEZ, PABLO; RUIZ-LABOURDETTE, DIEGO; RODRÍGUEZ, ALBERTO J.; SANTANA, AGUSTÍN; SCHMITZ, MARIFE & PINEDA, FRANCISCO D (2010a) "Landscape perception of local population. Relationship between ecological characteristics, local society and visitor preferences". En C.A. Brebbia & F.D. Pineda (Eds.) *Sustainable Tourism IV*. Southampton, UK, WIT Press, pp.309-317.
- DÍAZ RODRÍGUEZ, PABLO; SANTANA TALAVERA, AGUSTÍN & RODRÍGUEZ DARIAS, ALBERTO J. (2010b) "Implicaciones del ritmo de crecimiento e influencia turística en la valoración del paisaje y el desarrollo turístico. El caso de Fuerteventura (Islas Canarias, España)", *Gaudeamus: Hospitalidad y Sostenibilidad*. En prensa.
- RODRÍGUEZ DARIAS, ALBERTO J.; DÍAZ RODRÍGUEZ, PABLO; RUIZ-LABOURDETTE, DIEGO; PINEDA, FRANCISCO D.; SCHMITZ, MARIFE. & SANTANA TALAVERA, AGUSTÍN (2010) "Selection, design and dissemination of Fuerteventura's projected tourism image (Canary Isles)". En S. Favro & C.A. Brebbia (eds.) *Island Sustainability*. Southampton and Boston, WIT Press, pp, 13-24.
- RODRÍGUEZ DELGADO, OCTAVIO (2005) *Patrimonio Natural de la isla de Fuerteventura*. Santa Cruz de Tenerife, Cabildo de Fuerteventura-Gobierno de Canarias-Centro de la Cultura Popular Canaria.
- RUIZ-LABOURDETTE, DIEGO; DÍAZ RODRÍGUEZ, PABLO; RODRÍGUEZ DARIAS, ALBERTO J.; SANTANA, AGUSTÍN; SCHMITZ, MARIFE & PINEDA, FRANCISCO D. (2010) "Scales and scenarios of change in the anthropology-landscape relationship: models of cultural tourism in Fuerteventura (Canary Isles)". En S. Favro & C.A. Brebbia (eds.) *Island Sustainability*. Southampton and Boston, WIT Press, pp: 51-64.
- SANTANA, AGUSTÍN. (2009) *Antropologia do turismo. Analogias, encontros e relações*. Sao Paulo, Aleph Publicações.
- SANTANA TALAVERA, AGUSTÍN; RODRÍGUEZ DARIAS, ALBERTO .J.; DÍAZ RODRÍGUEZ, PABLO & RAMOS, ÁNGEL R. (2010) "Innovación con compromisos. Retos en la renovación de la imagen en destinos turísticos maduros (Fuerteventura, Islas Canarias)". En R. Hernández Martín & A. Santana Talavera (eds.) *Destinos maduros ante el cambio. Reflexiones desde Canarias*. Tenerife, Instituto Universitario de Ciencias Políticas y Sociales, Universidad de La Laguna, pp. 137-156.
- URRY, JHON (1990) *The tourist gaze*. Londres, Sage Publications.