



REVISTA BRASILEIRA DE PESQUISA EM TURISMO

**MODELO CLASIFICATORIO DE PRODUCTOS Y TURISMOS.  
EL TURISMO DE BUCEO EN LA RESTINGA (ISLAS CANARIAS)  
Y L'ESTARTIT (CATALUÑA)**

***CLASSIFICATION MODEL FOR PRODUCTS AND TOURISM.  
DIVING TOURISM AT LA RESTINGA (CANARY ISLANDS) AND  
L'ESTARTIT (CATALUNYA PROVINCE), SPAIN***

*Raquel de la Cruz Modino<sup>1</sup>  
Agustín Santana Talavera<sup>2</sup>*

**Resumen:** En los últimos años, el interés por reorientar e incrementar el consumo turístico en los destinos ha estimulado numerosas y novedosas estrategias de uso de los recursos naturales, desde una lógica diferente a la tradicionalmente articulada por los grupos de población local. Se reconoce que tales líneas de acción tienen unas dimensiones generalmente sobreestimadas y se presta poca atención a los efectos socioculturales del uso turístico del patrimonio en los destinos y sobre las poblaciones locales. A comienzos del siglo XXI el consumo turístico patrimonial, ha generado múltiples productos y subproductos difícilmente encuadrables en las tipologías clásicas y, frecuentemente, impulsando el nacimiento de nuevas áreas de visita y desarrollo turístico. En este artículo se analizan dos casos de estudio vinculados a áreas marinas protegidas y el llamado turismo de buceo. Se trata de ejemplificar la dificultad de establecer marcos clasificatorios generales y proponer una tipología de investigación de productos y destinos capaz de orientar criterios para el desarrollo y prevención de efectos no deseados.

**Palabras Claves:** Turismo de buceo. Patrimonio. La restinga (Islas Canarias). L'Estartif (Cataluña).

**Abstract:** *During the last ten years interest in reordering and enhancing tourism consumerism has drawn to new strategies in the use of natural resources at tourist destinations, different from the traditional logics of local stakeholders. Those actions are generally super estimated and little attention has been paid to its social and cultural effects on heritage as well as in local population. At the beginning of the 21<sup>st</sup> century heritage tourism consume has brought about a plethora of products and sub products that cannot be easily classified by classical typologies. It has also lead to the rise of new visitation areas and tourism developments. This article analyzes two cases*

---

<sup>1</sup> Universidad de La Laguna (Islas Canarias, España)

<sup>2</sup> Instituto Universitario de Ciencia Políticas y Sociales da Universidad de La Laguna (Islas Canarias, España). [asantana@ull.es](mailto:asantana@ull.es)

*in protected maritime areas where diving tourism is practiced giving an example of how difficult it is to encapsulate products and destinations in general classifications in order to set some criteria for development and prevention of unwished effects.*

**Key-words:** *Diving tourism. Heritage. La Restinga (Canary Islands). L'Estartit (Catalunya Province).*

## Introducción

En términos operativos, se puede definir el turismo como “una actividad compleja que involucra el desplazamiento de gente fuera de su lugar de residencia habitual a fin de desarrollar actividades que satisfagan sus deseos y expectativas”. El desarrollo de esta dinámica actividad, con implicaciones socioeconómicas, socioculturales y sobre el medio físico, tiene su eje central en los encuentros entre clientes, o turistas, y los actores del área de destino (agentes prestadores de servicios, población residente y otros turistas), implicando e interrelacionando las motivaciones y experiencias de los turistas, las expectativas y los ajustes hechos por los residentes del área receptora y los roles jugados por las numerosas agencias e instituciones que interceden entre ellos. En este ámbito conceptual, el desarrollo turístico se presenta, cómo no, sobre un área territorial dada, apropiándose virtual o físicamente de los espacios, y explotando de maneras diferentes y novedosas los atributos-recursos que en aquella se encuentran.

Pero en la Aldea Global, todos jugamos el doble papel de turistas y anfitriones, colonos y colonizados, en tanto que los principales países generadores de turistas son también destinos importantes (URBAIN, 1993). El turista, ese viajero ambiguo, es hoy cualquier persona que viaja e incluya en su tiempo formas de ocio, intercomunicando experiencias y estereotipos culturales, pero también generando beneficios. Lo que cuenta no es sólo el motivo del traslado, sino también el comportamiento de los individuos, en ese otro entorno, hacia los demás y hacia sí mismo, en el sentido del alojamiento, compras, uso del transporte, llamadas telefónicas, actividades en horas libres, el propio concepto de “tiempo libre” inserto en el “tiempo de vacaciones”,

encuentros e intercambios cara a cara, etc. que conforman como un todo la experiencia turística.

El turista vive su experiencia en un destino, contrastando los estereotipos previos al viaje, y revisando las expectativas de acuerdo a las posibilidades reales de sus vacaciones. Sin embargo, hablar de turista es una simplificación metodológica o, lo que es lo mismo, el turista tipo simplemente no existe (COHEN, 1996). Este personaje virtual es, materializado en millones de personas, un mero esbozo altamente complejo. La experiencia turística es tan variable y enmarañada como lo son las modas y fascinaciones del momento, las formas en que los destinos se promueven, las políticas y poderes en liza en el área receptora, y los intereses y comportamientos específicos de cada individuo-turista; e inevitablemente se halla relacionada y depende de las sociedades y subculturas de procedencia del turista.

Esta complejidad, y sus consecuencias (preparación de productos y destinos, prevención y minoración de impactos, actuaciones sobre los mercados, revisiones de la imagen, etc.), ha llevado a muchos investigadores de las más diversas disciplinas a establecer tipologías que conduzcan a una categorización global de los visitantes (entre otros muchos COHEN, 1972; WAHAB, 1975; SMITH, 1977; 1979; PEARCE, 1988; 1986). Como si la modernización de las sociedades, con sus variadas formas de consumo, favoreciendo la regeneración continua de ciertos aspectos de la actividad turística, necesariamente condujera a nuevas revisiones o adaptaciones de las tipologías, casi, en cada nuevo caso de estudio.

En términos generales, es posible observar cómo se empiezan a nombrar turismos por la actividad específica que se lleva a cabo (bici-tour, piragüismo, canotaje o rafting, descenso de barrancos, escalada, paseos en la naturaleza, etc.) o por la caracterización espacial, cierta o supuesta, en que se llevan a cabo aquellas actividades (turismo verde, ecoturismo, agroturismo, turismo rural, etc.). Los primeros suelen referirse siempre a productos específicos y pueden presentarse en el conjunto de áreas-destino más o menos diseñadas para su práctica y abanderadas por el rótulo 'turismo de aventura' (complejos

deportivo-naturales, parques y parajes protegidos o en vías de protección, lugares 'inalterados', etc.) o como actividades complementarias a los segundos.

La práctica totalidad de los "nuevos" productos se presentan, y a veces analizan, como "una forma diferente de practicar el turismo" y la máxima es la consecución para el cliente de una experiencia satisfactoria, la "experiencia de lo *auténtico*" en la naturaleza, la cultura, la gente una combinación de las mismas. Sobre la pléyade de denominaciones comerciales, destacan sobre manera las conocidas como ecoturismo, turismo étnico, turismo rural y turismo cultural.

Si bien son múltiples los textos que desarrollan análisis de estas formas turísticas y sus consecuencias (CATER; LOWMAN, 1994; SMITH; EADINGTON, 1994; CHAMBERS, 1997; SMITH; BRENT, 2001, entre otros), el ritmo del mercado y las innovaciones, variaciones y combinaciones que de los productos realizan los destinos, vuelven a dejar en evidencia una realidad socioeconómica y sociocultural más dinámica que las teorías y sus pretensiones. Y, a pesar de ello, tanto para el avance en la aplicación del turismo como elemento de desarrollo como para la posible predicción de efectos no deseados de la actividad turística, sigue siendo necesario el esfuerzo por deslindar de la forma más clara posible a qué nos referimos, y se refiere el mercado, con cada uno de los productos ofertados. Y ello sin dejar de lado el objetivo de crear un marco de entendimiento común.

Ahora bien, el reto se plantea en encuadrar claramente la novedad turística del producto, sus usos y si realmente constituye un descubrimiento (atendiendo a los atributos convertidos en recurso, imagen, capacidad de programación individualizada, tipos de encuentro, efectos sobre los recursos, consumo y experiencia).

Se toma aquí, a modo de prueba empírica, un producto-actividad, el turismo de buceo o turismo subacuático, con el objetivo de tratar de encuadrarlo en las tipologías de turistas y desarrollos, si ello es posible, y establecer una propuesta clasificatoria generalizable a nivel comparativo que

tenga en cuenta tanto el desarrollo de áreas territoriales como las actividades y sus efectos.

## Metodología

El turismo de buceo es un producto enmarcado en lo que se ha dado en llamar turismo marino. Una vez el sistema turístico consagra la actividad del buceo en una forma de practicar turismo, muchas áreas alejadas de los circuitos tradicionales comienzan a recibir visitantes más interesados en los fondos marinos que en los supuestos atractivos con los que cuenta el área terrestre, más interesados en disfrutar del mar desde el fondo que desde su superficie. El buceo abre destinos imposibles en áreas que no están preparadas para el turismo. Y el turismo marino ha permitido introducir nuevas áreas dentro del mercado: nuevas zonas que pueden llegar a convertirse en destinos turísticos de buceo y nuevos países emisores de turismo, para muchos destinos ya consolidados que quieren extender su oferta y captar clientes en nuevos mercados.

El fondo marino posee tres atractivos indiscutibles para el común de los turistas buceadores: virginidad, posibilidad de descubrimiento y aventura, y exclusividad. Tres valores utilizados de forma más o menos explícita por el sistema turístico, tanto para generar la oferta como para alentar la demanda. La práctica del buceo constantemente se promociona como una experiencia personal, como una vivencia exclusiva en la que siempre, da igual que se repita el lugar de la inmersión, se pueden descubrir nuevas cosas (colores, animales, formas geológicas...). En el conjunto de los destinos de buceo, según el discurso de la empresa turística, no existe uno ideal sino que cada uno tiene su especificidad, y esto alienta la sensación de aventura y las ansias por descubrir del turista buceador. La promoción del turismo marino incide en esa experiencia personal porque las vivencias, las expectativas y el bagaje de cada buceador hacen que cada buceo sea diferente y especial para cada turista, convertidos en este caso en protagonistas de su propia aventura. Ello a pesar de que en el fondo, lo que buscan los turistas buceadores sea

básicamente los que busca cualquier turista: romper absolutamente con su vida y ritmo cotidiano; además de sentirse protagonista de su propio viaje (una aventura hacia el descubrimiento en este caso) y privilegiado por acceder hasta lugares inaccesibles para la mayoría de los mortales.

Para la puesta a prueba del modelo clasificatorio se ha partido en este trabajo del análisis de dos poblaciones costeras: La Restinga y L'Estartit, que más adelante serán descritas<sup>3</sup>. Como es usual en los estudios de campo realizados desde la antropología social, este trabajo parte de una detallada tarea de documentación y proyección *in situ* de las técnicas apropiadas a los casos. Esto es, fue necesaria una combinación de técnicas cuantitativas y cualitativas, para adaptarse a las peculiaridades de las áreas y objeto de estudio. Por un periodo que abarcó desde 2003 a 2006, con estancias de entre tres y cinco meses por año en las citadas poblaciones, la investigación se apoyó, básicamente, en la observación participante, entrevistas estructuradas y no estructuradas, encuestas, análisis de imagen, censos y estadísticas.

Para el análisis del desarrollo de la actividad del buceo y su consolidación como producto turístico en las áreas de destino estudiadas, se tuvieron en cuenta las variables principales que a continuación se indican a rasgos:

- 1 Atendiendo a las características del destino
  - 1 Contextualización dentro de una región turística.
  - 2 Especialización en segmentos de mercado.
  - 3 Diferenciación atendiendo a parámetros ambientalistas.
  - 4 Rendimientos económicos del buceo como actividad turística.
  - 5 Grado de innovación e introducción del producto en el mercado.
  
- 2 Atendiendo a los agentes involucrados en el desarrollo del producto turístico.
  - 1 Instituciones, administradores y gestores.
  - 2 Comercialización del producto turístico.
  - 3 Negociación y consumo del producto turístico.

---

<sup>3</sup> El trabajo se incardina en los proyectos realizados desde el Instituto Universitario de Ciencias Políticas y Sociales de la Universidad de La Laguna (Tenerife, España), y especialmente en el proyecto de tesis doctoral de Raquel de la Cruz Modino, codirigida por Agustín Santana Talavera y José J. Pascual Fernández.

- 4 Nivel de coherencia entre la imagen proyectada y la imagen percibida.
- 5 Efectos de la implementación y consumo del producto turístico.

## **El producto turismo de buceo**

Cuando hablamos de turismo de buceo no nos referimos a la actividad simple de la inmersión, ni nos ceñimos a su mero ejercicio durante un viaje, sino que aludimos y empleamos los mismos parámetros a través de los cuales definimos la actividad turística en la que el ejercicio simple de la inmersión toma forma como producto. Hacer turismo de buceo implica hacer principal y básicamente lo mismo que cualquier individuo turista. De hecho originariamente, el turismo de buceo se ha desarrollado sobre circuitos y áreas de turismo de sol y playa, consolidados destinos turísticos; aunque hoy en día su capacidad de extensión llegue hasta áreas menos frecuentadas. Sus practicantes en ningún caso dejan de ser turistas cuando consumen la actividad del buceo. Un turista buceador no es meramente una persona que bucea sino un individuo turista quien disfruta de ciertas especificidades marcadas por sus motivaciones, al menos en parte por sus expectativas y por la actividad principal en el destino, que puede estar afectada por cierto grado de cautiverio. Aunque, como apuntáramos, generalmente los turistas buceadores no se reconocen como tales turistas.

Para comprender la popularización del producto del turismo de buceo necesitamos considerar ciertos elementos esenciales para que se popularizara la actividad de la inmersión. En primer lugar: la introducción de nuevos sistemas educativos, tales como PADI<sup>4</sup>. En segundo lugar: el acceso a materiales y herramientas de buceo. Todo ello unido a un cierto cambio

---

<sup>4</sup> Antiguamente, en España por ejemplo, la formación de los buceadores se llevaba a cabo o bien en instituciones militares o en clubes y asociaciones deportivas relacionadas con la investigación marina, o a través del desempeño de profesiones denominadas "de riesgo". Todas estas vías contaban con importantes trabas para la formación masiva de individuos, tanto hombres como (especialmente) mujeres.

estético de la figura del buceador, de la actividad, que hoy en día es entendida como un ejercicio recreativo y no como una actividad de riesgo o de investigación; así como del propio lugar de desarrollo, observando al mar no sólo como un área de trabajo o descanso sino de aventura y descubrimiento.

La popularización de la actividad convertida en producto turístico, al menos en nuestros dos casos de estudio, se ha visto favorecida por determinadas condiciones medioambientales presentes en los destinos y que no existen en las áreas emisoras de turistas. Ha sido clave el incremento de la presencia de la actividad en multitud de canales de difusión masiva. E inevitablemente, como producto específico y como actividad turística que implica un desplazamiento temporal, consideramos la mejora en comunicaciones, tecnologías e infraestructuras necesarias para su desarrollo.

Todas las condiciones y circunstancias esgrimidas han favorecido una continua adaptación de la actividad consagrada en producto, siempre atendiendo a las características de la demanda supresiva, en el sistema turístico.

### **Áreas de estudio**

En la selección de unidades de estudio se tomaron en cuenta, principalmente, tres variables que consideramos determinantes:

- 1 Que se ofertara el turismo de buceo con anterioridad al año 2000.
- 2 Que sus desarrollos turísticos fueran diferentes.
- 3 Que estuviesen cercanas a áreas marinas afectadas por algún tipo de figura o medida de protección medioambiental.

El núcleo poblacional de La Restinga, Municipio de Frontera<sup>5</sup>, Provincia de Santa Cruz de Tenerife (Islas Canarias, España), se encuentra en la punta más meridional de la isla canaria de El Hierro. Ésta es una de las siete islas que componen el Archipiélago Canario, frente a la costa Noroeste del Continente

---

<sup>5</sup> En Septiembre de 2007 se constituye el Municipio de El Pinar, a la que pertenece el núcleo de La Restinga, tras escindirse del Municipio de Frontera. En este trabajo, no obstante, emplearemos los datos estadísticos elaborados con anterioridad a la escisión administrativa.

Africano, aunque dependiente administrativa y políticamente del Estado Español.

L´Estartit es un pequeño núcleo costero situado en la Costa Brava, en el Mediterráneo NW, perteneciente al Municipio de Torroella de Montgrí, Provincia de Gerona (Cataluña, España). Frente a sus costas, a una milla náutica de distancia aproximadamente, se localiza el Archipiélago de las Islas Medas. El Archipiélago está compuesto por 7 islas y algunos islotes de diferentes dimensiones; se encuentra deshabitado y en conjunto no supera las 21,5 hectáreas de superficie.

Tanto La Restinga como L´Estartit son dos poblaciones de orígenes recientes<sup>6</sup>, nacidas al amparo del desarrollo de ciertas pesquerías de especies semipelágicas. En la primera mitad del siglo XX, las dos experimentaron un tímido desarrollo turístico, fruto de la popularización de las vacaciones entre la población local no residente.

En la segunda mitad del siglo XX, L´Estartit experimentó el desarrollo del turismo de masas que, en general, se desarrolló por toda la región costera mediterránea española durante los 60 y 70. Su cercanía con Francia, que se halla aproximadamente a 71 Km de distancia, y la rápida expansión de los modelos de camping y de residencia en apartamentos de uso turístico, hicieron esto posible aun con elevados índices de estacionalidad turística (AUDIVERT, 1971; MUNDET, 1998; MUNDET; RIBERA, 2001; ROVIRAS; TORRENT, 2003; JIMÉNEZ; PRATS, 2006). El destino turístico de La Restinga, en cambio, aun surgido también de manera espontánea dictada por la demanda, debido a sus especiales condiciones geográficas, ha quedado al margen de los movimientos desarrollistas acaecidos en las restantes Islas Canarias (GALVÁN TUDELA, 1997; DE LA CRUZ MODINO, 2003). La ubicación del núcleo de La Restinga, en el extremo Sur de la isla de El Hierro, ha perjudicado enormemente su

---

<sup>6</sup> El primer grupo de población que se asienta de manera permanente en La Restinga llega procedente de la vecina isla canaria de La Gomera, a mediados del siglo XX. Aunque existen registros de grupos de población estables en L´Estartit desde el siglo XVIII, éste es uno de los pueblos de más reciente creación en el contexto de la costa gerundense, denominada Costa Brava.

desarrollo turístico y económico, a causa de las pésimas infraestructuras y de conexiones con el resto de la isla, y del Archipiélago.

En la actualidad la economía del Municipio de Torroella de Montgrí – L´Estartit presenta una diversificación muy baja (CÀTEDRA DE GEOGRAFIA I PENSAMENT TERRITORIAL Y UNIVERSITAT DE GIRONA, 2003), la oferta comercial es muy superior a la media catalana, tanto en número de habitantes por establecimiento como en superficie de venta. En el 2004, se estimaba que el sector servicios producía el 61% del Producto Interior Bruto (PIB) del Municipio y que el sector de la construcción representaba el 14% del mismo. Según los datos del Ayuntamiento de Torroella de Montgrí, las principales actividades económicas del municipio se hallaban vinculadas al binomio servicios - construcción<sup>7</sup>. Es destacable que, existiendo un total de 11.092 viviendas construidas en el conjunto del municipio - según el Instituto de Estadística de Cataluña en 2007 -, aproximadamente el 50% de éstas están calificadas como "secundarias"<sup>8</sup>. El sector industrial representa un 16,2% del PIB y ocupa proporcionalmente a un 20% de la población activa. Por el contrario, la agricultura, tan importante en el pasado reciente de toda la comarca, sólo representa un 3,1 % del PIB municipal.

Aún hoy en día, el núcleo costero de La Restinga se caracteriza por albergar a un importante grupo relacionado con la pesca artesanal. Aunque desde hace algunas décadas, numerosas familias locales han invertido en bienes inmuebles destinados al uso turístico temporal, y en empresas de servicios de cafetería y de restauración. El binomio turismo – construcción reúne aproximadamente al 84% de todos los empleos identificados en el Municipio de Frontera, frente al 10% y el 4% que representan la agricultura y la actividad de la pesca profesional respectivamente. Dentro del sector

---

<sup>7</sup> Fuente: estudio elaborado por la Oficina Municipal de Turismo de L´Estartit, titulado "El paper de les administracions locals i el cas de les illes Medes"; y datos municipales expuestos en la página web del Ayuntamiento en <[www.torroella.org](http://www.torroella.org)>, consultado el 22/01/2007.

<sup>8</sup> Fuente: Instituto de Estadística de Cataluña, datos correspondientes a los años disponibles: 1981, 1991, 2001, <<http://www.idescat.net/territ/BasicTerr?TC=3&V0=1&PDF=FALSE&V1=17199&VOK>>, consultado el 09/09/2007

servicios, los tipos específicos de Hostelería y Comercio aglutinan a la mayor parte de los empleos detallados. Aunque estas cifras no se refieren en exclusiva a la creación de servicios de consumo para los turistas, sino que están muy relacionadas con un incremento en la población residente, producido en las últimas décadas, y a la creación de servicios orientados al consumo local<sup>9</sup>. La oferta global de servicios de La Restinga, en el 2007 está dominada por los establecimientos de alojamiento turístico, los cuales representa el 58,73% del total de las empresas de servicios turísticos, seguido por las empresas de actividades subacuáticas 14,29%; mientras que las empresas de restauración sólo representan el 12,70% del total a pesar de la importancia y proyección de La Restinga como núcleo pesquero. En el pueblo no existen grandes explotaciones residenciales ni hoteleras. La mayor parte de los apartamentos locales son fruto de la auto-construcción, y no están dados de alta o no cumplen con la normativa oficial. Al margen de las empresas de comercialización pesquera, el resto de la oferta de servicios está vinculada al despegue turístico acaecido y discurre por canales informales de la economía (DE LA CRUZ MODINO; PASCUAL-FERNÁNDEZ, 2005; PASCUAL-FERNÁNDEZ; DE LA CRUZ MODINO, 2005).

---

<sup>9</sup> Fuente: Tesorería General de la Seguridad Social, Mutualidad General de Funcionarios Civiles del Estado, Mutualidad General Judicial, Instituto Social de las Fuerzas Armadas. ELABORACIÓN: ISTAC. Consultado el 26/05/2005; ISTAC, Estadísticas Insulares y Municipales, en <[http://www.gobiernodecanarias.org/istac/estadisticas/esta\\_insulares/area\\_14\\_frame.html](http://www.gobiernodecanarias.org/istac/estadisticas/esta_insulares/area_14_frame.html)>, consultado el 04/ 09/ 2007.

Tabla 1: Características generales de las dos áreas de estudio

	<b>L´Estartit</b>	<b>La Restinga</b>
Superficie municipal	66 Km <sup>2</sup>	165, 07 Km <sup>2</sup>
Habitantes Municipio	10.588	5.733
Habitantes Población	3.049	581
Nº de plazas oficiales	1.500	171
Nº de plazas de estimadas	> 35.000	892
Población vinculada al sector turismo	Aproximadamente el 50% de la población de hecho	Aproximadamente el 25% de la población de hecho
Figuras de protección declaradas sobre Áreas Naturales en el Municipio	Parque Natural de las Marismas de L´Empordà (Espacio de Interés Natural)	Parque Rural de Frontera
		Reserva Natural Integral de Mencafete Reserva Natural Integral de Roques de Salmor
	Área protegida de las Islas Medas (Espacio de Interés Natural)	Reserva Natural de Especies de Tibataje
		Monumento Natural de Las Playas
Macizo del Montgrí (Espacio de Interés Natural)	Reserva Marina de Interés Pesquero Punta de La Restinga- Mar de Las Calmas	

Fuente: Elaboración propia e informaciones contenidas en [www.aiguamolls.org](http://www.aiguamolls.org); Parques de Cataluña en [www.parcscatalunya.net](http://www.parcscatalunya.net); [www.ddgi.cat/espais](http://www.ddgi.cat/espais); [www.torroella.org](http://www.torroella.org); Instituto Estadístico de Cataluña (IDESCAT); Instituto Canario de Estadística (ISTAC); Red Canaria de Espacios Naturales Protegidos en [www.goberinodecanarias.org](http://www.goberinodecanarias.org)

Actualmente, L´Estartit es un destino turístico consolidado asociado al turismo de sol y playa durante los meses de verano, y especializado en el segmento del turismo de buceo. A finales de los 80, en plena crisis del turismo, el desarrollo del turismo de buceo y el uso turístico del patrimonio natural local abrió una etapa de recuperación o *rejuvenecimiento*, que se consolidaría a lo largo de los 90 (BASIERAS, 2001; MUNDET; RIBERA, 2001). La creación del Área Protegida (AP) de las Islas Medas (DOGC 1381 de 10/12/1990)<sup>10</sup> fue decisiva en durante este proceso, pues ayudó a ordenar y a gestionar un espacio donde se desarrollaban numerosas actividades marinas recreativas, de gran relevancia económica. Y favoreció la proyección turística del micro destino bajo una especie de "sello de garantía" o de "etiqueta verde", más acorde a los nuevos parámetros o modas ambientalistas propios de finales del siglo XX,

<sup>10</sup> Ley 19/1990, DOGC 1381 de 10/12/1990, de Conservación de la Flora y Fauna de los fondos marinos de las Islas Medas.

dentro del conjunto de destinos de sol y playa de la costa mediterránea española. La mayor parte de los turistas buceadores ejercen su actividad en el entorno del AP de las Islas Medas; concretamente en el área estrictamente protegida, donde únicamente pueden ser desarrollados ciertos usos recreativos – turísticos, como éste.

Hoy por hoy, políticos y gestores de la administración herreña hacen esfuerzos por promocionar el núcleo de La Restinga como un micro destino de buceo, relacionándolo con la presencia de la Reserva Marina de Interés Pesquero (RMIP) Punta de La Restinga – Mar de Las Calmas (BOE nº 30 de 3 de febrero de 1996). Dentro de la región turística Canarias, la Isla de El Hierro se presenta como un destino alternativo o diferente a la oferta de sol y playa dominante. En atención a las demandas de los turistas buceadores, se ha generado en La Restinga una infraestructura comercial propia con 9 centros de buceo, tiendas de material deportivo, de souvenir, etc. Mientras que en 1996, cuando la reserva marina fue declarada, tan sólo existían 3 empresas de buceo en el pueblo, en 2003 la cifra se incrementó hasta 10 centros de buceo; y desde 2004 son 9 las empresas con sede en el pueblo que trabajan realmente durante todo el año. La mayor parte de la actividad de los buceadores se concentra en el área del Mar de Las Calmas, afectada por la reserva. Las aguas del Mar de Las Calmas, tal y como su nombre indica, son aplaceradas y, probablemente, las más cálidas y transparentes de Canarias. De hecho, la calidez de estas aguas se pone de manifiesto en la presencia de especies tropicales escasas o ausentes en el resto de las islas Canarias (BACALLADO; CRUZ et al., 1989; BRITO HERNÁNDEZ, 1991; AGUILERA KLINK; BRITO HERNÁNDEZ et al., 1994). No obstante, y a diferencia del AP de las Islas Medas, el buceo autónomo con botella no está permitido en todas las áreas de la reserva de La Restinga. Los buceadores ejercen su actividad compartiendo el espacio con los pescadores profesionales locales; quienes sí que faenan y pescan en toda el área de reserva, aunque con diferentes niveles de restricción sobre las artes que pueden emplear.

Tabla 2: Turismo de buceo en L´Estartit y La Restinga

	<b>La Restinga</b>	<b>L´Estartit</b>
Estacionalidad	De Febrero a Diciembre	De Marzo a Noviembre
Género	Hombre (65, 4%)	Hombre (80,6%)
Nacionalidad	Española (procedentes de la Península Ibérica)	Española, francesa y belga, principalmente
Presupuesto para el viaje	El 75% gasta al menos 2000 €	600 € aproximadamente
Motivaciones e intereses	Para el 89% la actividad de submarinismo fue decisiva en la elección del destino	Buceo, pero también otras actividades y deportes realizadas en áreas naturales
Organización del viaje	A través de las empresas de buceo (el 60%) o individualmente	>50% individualmente, aunque en contacto con clubes de buceo no comerciales de sus áreas de residencia
Alojamiento	Apartamento alquilado (79, 2%)	Hotel (65%)
Actividad principal	Buceo	Buceo
Días en el destino	7 días aproximadamente	12 días aproximadamente
Nivel de repetición	Bajo, solo el 27% habían buceado ya en la reserva con anterioridad. Es irrelevante el volumen de individuos que aun sin bucear, habían visitado El Hierro y La Restinga anteriormente.	Alto nivel de repetición (> 50%). El 70% afirman encontrar lo que esperaban en el destino
Representatividad	Más del 50% de todos los turistas	Aproximadamente el 10 – 20% del volumen total de turistas en el destino
Gestión del buceo en cada área marina protegida	Actividad ordenada espacialmente Nº de buceos limitados en 4 puntos de inmersión (2.300 inmersiones/año por punto)	Actividad ordenada espacialmente Nº de buceos limitados (450 inmersiones/día y 50 inmersiones por punto)
Buceadores Visitantes	2.700 turistas estimados en 2006	> 15.000 turistas estimados en 2006
Total visitantes	5.000 turistas en La Restinga en 2006 aprox.	Más de 70.000 turistas en L´Estartit aprox.
Beneficios económicos	900.000 € en 2000 (1.000 turistas de buceo aproximadamente)	3.444.301, 8 € en 2001 (72.248 inmersiones realizadas )
Empresas de buceo	9 Empresas privadas 8 de ellas pertenecen a propietarios no locales	10 Empresas privadas; la mayoría se relacionan con empresas de alojamiento; todos los propietarios son locales; cada una se ha especializado en un público objetivo diferente
Contribución al mantenimiento del área protegida	Ayudan a mantener las infraestructuras de buceo en la RMIP (fondeos, por ejemplo)	Ayudan a mantener las infraestructuras de buceo Buceadores y empresas pagan una tasa a la dirección del Área Protegida
Especialización del destino	Pobre oferta complementaria Alta especialización en actividades de turismo marino	Importante oferta de actividades Diferentes sub-segmentos en el destino: turismo escolar, turismo de la tercera edad, turismo de empresas, etc.

## **Análisis comparativo del uso turístico del patrimonio marino de L'Estartit y La Restinga**

En España, la protección de las áreas naturales se ha llevado a cabo, siguiendo con la tradición iniciada por la monarquía de crear "Cotos Reales"<sup>11</sup> (SANTAMARINA, 2005), revalorizando espacios como lugares de educación y recreación principalmente, a través de la aplicación de diferentes figuras de protección. La mayoría de estas figuras contienen algún tipo de medida conservacionista más o menos estricta y se orientan al logro de objetivos diversos. En todo el territorio español existen más de 659 espacios naturales protegidos en sus diferentes categorías. Según los datos del Ministerio de Medio Ambiente (MMA), hay aproximadamente: 13 Parques Nacionales, 62 Parques Naturales, 10 Parques Regionales, y distintas tipologías de Reservas Naturales, Paisajes Protegidos, Parajes Naturales, Monumentos Protegidos, etc. Los espacios marinos protegidos, aun ostentando diferentes categorías, abarcan más de 1.5000 kilómetros cuadrados. Además, España, posee algunos espacios declarados Patrimonio de la Humanidad por la UNESCO, como el parque de Garajonay (en la isla de La Gomera, Islas Canarias). Y 27 declaraciones de "Reserva Mundial de la Biosfera". La Isla de El Hierro, donde localizamos la población de La Restinga, está declarada en su totalidad Reserva de la Biosfera. Desde las décadas de los 70-80, cuando se consolida el turismo de masas en España, la afluencia de visitantes a estos espacios ha experimentado un considerable incremento: de 4,2 millones en 1973, a 20 millones de visitantes en 1982; 25,5 millones en 1999 y más de 30 millones actualmente (EUROPARC, 2004). A la luz de las cifras, en el año 2006 el Ministerio de Industria, Turismo y Comercio (MITC) español, planteaba literalmente que era "(...) indispensable reconocer el papel de los espacios naturales protegidos (ENP) como focos de atracción turística (...) (CONSEJO DE ESTADO, 2006).

---

<sup>11</sup> Espacios donde la nobleza y las clases pudientes vinculadas al poder desarrollaban actividades recreativas de caza y pesca; vetados públicamente.

### a) Las Figuras

No existe una figura administrativa específica que defina los objetivos y las características de las áreas marinas protegidas de España de manera conjunta. De hecho el concepto de Área Marina Protegida no es un concepto jurídico preciso en nuestra legislación (CONSEJO DE ESTADO, 2006). A ello, el apelativo de “Reserva Marina” parece haberse convertido en la “etiqueta” con la que se nombra a un buen número de estos espacios marinos. Sobre nuestros dos casos de estudio, diferenciamos en La Restinga: una Reserva Marina de Interés Pesquero (RMIP), y en L´Estartit: un Área Protegida en el entorno marino de las Islas Medas. La primera está creada y es gestionada (o co- gestionada como mínimo) por el Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación (MAPA). La segunda se basa en una declaración de ley autonómica, de rango regional. La primera, la RMIP se apoya en la Ley de Pesca Marítima del Estado (LEY 3/2001), la cual define a las reservas marinas en general como zonas que por sus especiales características se consideran adecuadas para la regeneración de los recursos pesqueros (Art. 14). La segunda se sustenta en una ley de Protección de Espacios Naturales de la Comunidad Autónoma de Cataluña. Las primeras, las Reservas Marinas de Interés Pesquero creadas y gestionadas por el Ministerio – a través de la Secretaría General de Pesca Marítima (SGPM) – , se definen como zonas cuyo objetivo principal es la sostenibilidad de las pesquerías artesanales (REVENGA MARTÍNEZ, 2003), mientras que las Áreas Marinas Protegidas se han proyectado como zonas de protección del ecosistema marino y de sus especies asociadas (RAMOS ESPLÁ, 1985), con una orientación a priori mucho más conservacionista. La declaración en 1996 de la RMIP de La Restinga obedeció a un principio “precautorio”. Científicos y Administraciones involucradas en su creación comprendían que la benevolencia del clima en la zona, que no afectaba negativamente al número de días durante los cuales se podía practicar la pesca, podría favorecer una situación de sobre pesca (BRITO; BARQUÍN et al., 1995). La ley 19/90 de protección de la flora y fauna de los

fondos marinos de las Islas Medas, se presentó como una ley estrictamente conservacionista, cuyo objetivo principal era la preservación del ecosistema.

b) La exclusión de usos y usuarios

Con independencia de su orientación, o de su justificación legal, alrededor de ambas, hallándose sus poblaciones, sus usuarios y sus usos, insertos previamente en el sistema turístico, se ha incrementado la presencia de turistas atraídos por cierta promesa de "calidad", "virginidad", "exotismo", "sostenibilidad" etc. Aunque la implementación de cada una haya podido limitar el crecimiento de ciertos usos recreativos y profesionales, ejercidos tanto por la población local como foránea. Siempre que se declara e implementa un área protegida lo que se produce es una selección de usos y una inevitable exclusión de usuarios, o al menos una severa limitación en las formas en las que ciertos agentes pueden explotar el entorno afectado por las medidas de protección. Esa selección se puede articular a través de tradicionales medidas de zonificación, a través del establecimiento de censos de usuarios, o a través de otros mecanismos. La población local, o diferentes grupos de agentes afectados o interesados (BUANES; JENTOFT et al., 2004), pueden intervenir en la orientación de tales mecanismos, participando en los órganos de gobierno y gestión de estas figuras. En el caso del órgano de gobierno del AP de las Islas Medas, tanto los empresarios de buceo locales, como diversas autoridades vinculadas al planeamiento turístico, tienen representación y capacidad de decisión en él. En cambio, en el órgano de gobierno de la RMIP Punta de La Restinga – Mar de las Calmas, ni los empresarios de buceo que trabajan en el pueblo ni los representantes de instituciones turísticas locales, están presentes en él ni participan en la gestión de la reserva. Aunque los primeros trabajan sobre la RMIP durante todo el año, bajo su normativa y condiciones, la dirección de la misma justifica la ausencia argumentando que esa es una *"reserva de interés pesquero, se creó por y para los pescadores"*.

El AP de las Islas Medas cuenta con un zona en la que se realizan únicamente actividades recreativas no extractivas, denominada “*área estrictamente protegida*”, y otra que la rodea donde se permiten, además de los usos recreativos, ciertas modalidades de pesca profesional, y que se denomina “*área protegida*” o “*pre- parque*”. Al año, la primera puede llegar a soportar más de 70.000 inmersiones repartidas entre los 8 puntos de inmersión que hay instalados con fondeos en su interior. En total, la dirección del AP podría llegar a expedir como máximo, 164.250 cupos de inmersión, al año. Aunque no se permite realizar más de 450 inmersiones al día en total y 50 inmersiones por cada punto de inmersión. La RMIP de La Restinga se divide en tres sectores: *zona integral*, *zona de usos restringidos* y *resto de reserva*; en todas ellas se permite algún tipo de pesca profesional, aunque con diferentes niveles de restricción. Con independencia de la zona de máxima protección, hay 10 puntos de inmersión dentro de la RMIP repartidas en las dos restantes zonas de reserva. De esos 10, sólo en 4 puntos se ha limitado el número máximo de inmersiones permitidas anualmente. En conjunto, sobre las cuatro pesa un cupo global de 9.200 inmersiones, que pueden ser repartidas de manera no equitativa. En los 6 puntos de buceo restantes, no existe hoy en día ningún tipo de restricción.

Tabla 3: Limitaciones a la actividad del buceo en cada área marina protegida

<b>Tipo de limitación</b>	<b>L´Estartit</b>	<b>La Restinga</b>
Espacial	8 puntos de inmersión	10 puntos de inmersión 1 zona vetada
Temporal	450 inmersiones/día	NO
En el número de buceadores total	164.250	NO
En el número de buceadores por punto de inmersión	50	En 4 puntos de inmersión sólo se permiten globalmente 9.200 inmersiones
En el número de buceadores que pueden realizar inmersión en grupo	8 buceadores máximo en el caso de 6 empresas de buceo	10 buceadores, con independencia de la empresa
En el número de empresas que pueden comercializar el buceo	20 centros, que no disfrutan de las mismas condiciones	NO hay restricción sobre el número de empresas. Todas las existentes trabajan en igualdad de condiciones

Fuente: elaboración propia

### c) La gestión del buceo

El establecimiento de un número de inmersiones máximas permitidas, dentro de cada una de las dos áreas marinas protegidas objeto de este estudio, ha generado notables conflictos en el seno de sus respectivos órganos de gobierno. En ambas, los principales afectados por la medida han sido los usuarios turísticos, los turistas buceadores y (especialmente) las empresas locales que comercializan la actividad en cada población.

En el caso de L´Estartit, los empresarios locales del buceo, disfrutando de representación y capacidad de decisión en el órgano de gobierno del AP, han compensado las pérdidas económicas producidas por las sucesivas restricciones en el número de cupos de inmersión mediante el desarrollo de productos complementarios, tales como el *snorkeling*, la apnea, o el seawatching (itinerarios submarinos comentados). Ninguno de éstos últimos requiere de una formación específica, al contrario que en el caso del buceo autónomo que se realiza con medios artificiales de respiración, pueden ser ofertados a un público mayor que el de los buceadores, y en su desarrollo se emplean o reutilizan la mayor parte de las infraestructuras (barcos, materiales de inmersión, edificios) empleadas en la comercialización del buceo. Antes de la declaración de AP se realizaban más de 1.000 inmersiones al día en el entorno de las Islas Medas, pero atendiendo a criterios de índole ecológica, esa cifra se ha reducido en los últimos 10 años hasta 450. Por otro lado, sólo un número determinado de empresas de buceo pueden adquirir los cupos de buceo expedidos por la dirección del AP. Esta medida, adoptada desde 1999, se planteó también como una estrategia de protección de las empresas de buceo locales. Sólo 20 empresas, organizadas en tres categorías, pueden explotar económicamente la actividad del buceo en las Islas Medas. La dirección del AP reserva diariamente 50 cupos de inmersión para buceadores particulares, que deseen acudir a las Islas Medas sin contratar los servicios de alguna de esas 20 empresas. Los buceadores "independientes" abonan por el cupo una tasa de 4 € aproximadamente. Los restantes 400 cupos de inmersión que pueden ser expedidos al día se reparten de manera desigual. Un grupo,

constituido por 7 centros de buceo relacionadas empresas de alojamiento local, explotan el 65,3% de los 400. Un segundo grupo conformado por 6 centros de buceo, puede comercializar hasta el 16% del montante. Y el tercer grupo, constituido por 7 centros de buceo que no tienen su sede en L'Estartit, disfruta del 7,11% de los cupos y sólo puede usarlos determinados días al año.

En el caso de La Restinga, las limitaciones sobre el uso de la reserva por parte de los buceadores son menos restrictivas. No existe una limitación total sobre el número de inmersiones que pueden ser realizadas dentro de la RMIP. Tan sólo limitaciones parciales en 4 puntos de inmersión concretos. No existe una limitación diaria para el número de buceadores que visitan un punto de buceo; tan sólo no se permite bucear a 10 buceadores por grupo, a la misma vez en un mismo punto de inmersión. No existen limitaciones que regulen el número de empresas de buceo que pueden acceder a la reserva; aunque todas ellas deban dejar constancia de su actividad en la misma y demostrar que cumplen ciertos requisitos administrativos y de seguridad<sup>12</sup>. Cuando se ordenó la limitación parcial del número de buceadores que podrían visitar anualmente aquellos cuatro puntos de inmersión, los empresarios del pueblo recurrieron la medida, solicitaron intervenir en el proceso de gestión de la RMIP y expresaron sus quejas a la dirección de la misma. El Ministerio, la Secretaría General de Pesca Marítima y el Gobierno de Canarias, que comparten la titularidad sobre la reserva, dieron audiencia a las peticiones y quejas de este colectivo, pero apoyándose en la especificidad pesquera de la RMIP, desestimaron la petición de participar formalmente en el proceso de ordenación, elevada por los empresarios<sup>13</sup>.

---

<sup>12</sup> Como por ejemplo, que los instructores y monitores de buceo posean todos los títulos y seguros en regla, así como regulada su situación laboral en cada empresa; que las embarcaciones en las que accedan a la RMIP cumplan los requisitos dictaminados por Capitanía Marítima, que aquellos que las patroneen tengan los títulos de patrón adecuados, etc. Orden APA/89/ 2005, 25/01/2005, que regula el ejercicio de actividades subacuáticas en la RMIP Punta de La Restinga – Mar de las Calmas (BOE n. 24 de 28/01/2005).

<sup>13</sup> Cuando en 1995 se aprobó el proyecto de Reserva Marina en el entorno del Mar de las Calmas, un empresario de buceo de La Restinga presentó un recurso, disgustado con el diseño y las limitaciones planteadas, considerando que afectaba gravemente al desarrollo turístico del pueblo. Dos años después, la Audiencia Nacional dictó sentencia a favor del proyecto vigente y

d) La imagen proyectada y la imagen percibida de cada AMP

A pesar de que no todas las empresas pueden explotar la actividad turística del buceo en las áreas marinas presentadas, tanto en L´Estartit como en La Restinga, la mayoría de las empresas locales, así como las administraciones turísticas, emplean la presencia de cada área protegida en sus estrategias promocionales.

Por ejemplo, si bien durante décadas, la promoción del micro destino L´Estartit se basó en resaltar la existencia de una playa y ciertas condiciones climáticas, actualmente, todos los establecimientos turísticos (hoteles, centrales de reserva, *campings*, supermercados, etc.) se esfuerzan en incluir en sus campañas de promoción la imagen del archipiélago y de las actividades de turismo marino que se pueden llevar a cabo en su entorno. Las Islas Medas son el logotipo que representa incluso a la corporación municipal. La existencia del área protegida constituye el escenario y la imagen central de la oferta de actividades lúdicas de destino.



Figura 1: Distintas imágenes de las Islas Medas vinculadas a diferentes empresas

---

en contra del empresario, haciendo hincapié en "[...] *la falta de legitimación del recurrente para interponer este recurso* [...]". Fuente: Carta firmada en Madrid el 16/12/1998 por el presidente de la Federación Nacional de Cofradías de Pescadores.

En La Restinga aunque la reserva se haya defendido como una medida favorecedora del sector pesquero artesanal, desde el primer año de existencia se celebra un concurso de fotografía denominado *Openfotosub*. El certamen está organizado por el Patronato de Turismo del Cabildo de El Hierro, el Cabildo, con el apoyo del Gobierno de Canarias, el patrocinio de numerosas empresas relacionadas con la actividad del buceo, y con la colaboración de los centros de buceo de La Restinga. No son tour operadores sino distribuidores de material y equipos de buceo, y de náutica quienes patrocinan económicamente el evento. En esta población hemos hallado notables diferencias entre la imagen percibida y la imagen proyectada de la reserva marina. Hacia el interior de la población, la reserva se defiende como una medida de protección de la actividad de la pesca artesanal local. La reserva, tal y como se desprende de una encuesta realizada en el 2005 entre los pescadores locales, el 53% de los mismos consideraban la reserva "algo suyo" y que respondía a sus intereses. De hecho el 75% pescaba regularmente en su interior, y todos los profesionales locales pueden acudir en ella en algún momento del año (DE LA CRUZ MODINO; PASCUAL FERNÁNDEZ, 2005). Esa visión es compartida por biólogos y científicos, y empleada para justificar la no participación del empresariado turístico local en el gobierno de la reserva. Igualmente los centros de buceo, consideran la reserva como una especie de "coto privado de pescadores"<sup>14</sup>. Y en sus estrategias promocionales hacen un mayor uso de la figura de la Isla de El Hierro que de la propia reserva marina del Mar de las Calmas, poniendo el énfasis sobre el escenario general protegido de esta isla en la que no se han producido los mismos movimientos desarrollistas que en el contexto turístico general de Canarias. A pesar de las resistencias, la reserva es defendida y empleada como un espacio de interés pesquero hacia el interior de la población. No obstante, la reserva se proyecta

---

<sup>14</sup> Un aficionado a la pesca submarina exponía, en un conocido foro de pesca recreativa, el mismo sentimiento, con las siguientes palabras: "[...] una reserva marina en Canarias es un pequeño trozo de mar protegido íntegramente y rodeado de un gran coto privado de mar con sus recursos para beneficio de unos pocos pescadores". En <<http://www.lapescasubmarina.com/article960.html>>, consultado el 29/01/2008

hacia el exterior, hacia el mercado turístico, como el mejor destino de buceo de toda Europa a través del *Openfotosub*. Así se presenta en las ferias de turismo internacional y en canales tales como Internet. De hecho, los carteles informativos ubicados en los alrededores de la propia reserva, en la costa de La Restinga, que recogen los usos permitidos en cada zona, no contienen información alguna sobre la actividad de la pesca profesional. Es común que los turistas cuando acuden al Mar de las Calmas a bucear se sorprendan al comprobar que se ejerce la pesca en el interior de la reserva. Aunque, tal y como se desprende de la encuesta realizada entre los años 2005 y 2006 a los buceadores, los turistas aceptaban que se limitase la actividad del buceo en el área protegida.

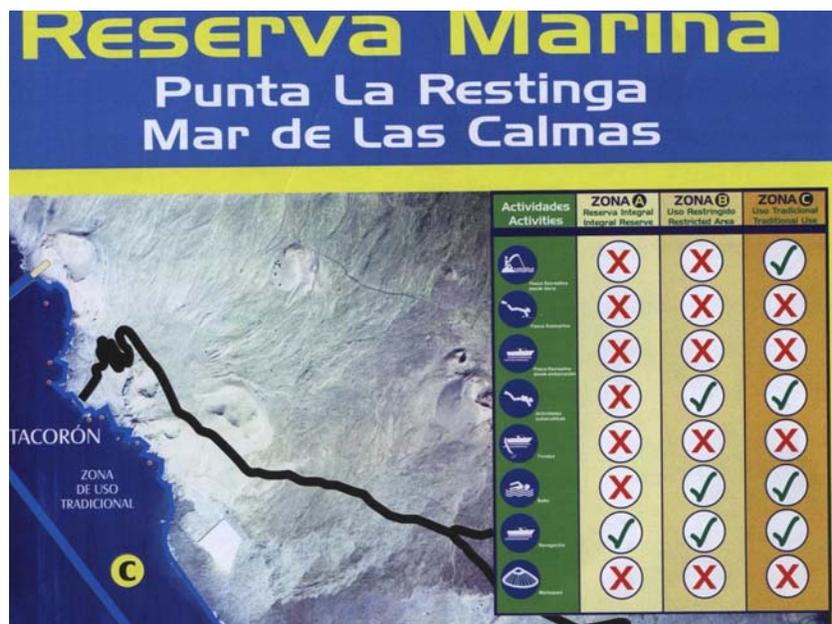


Figura 2: Detalle de la leyenda del cartel informativo, ubicado en el pueblo de La Restinga. Los usos contenidos en el cartel son, por orden de aparición: pesca recreativa de caña desde costa, pesca submarina, buceo autónomo con botella, fondeo de embarcaciones, baño, navegación, marisqueo.

Foto: Raquel De la Cruz Modino, La Restinga (2004).

En el 2007, la RMIP y el certamen fotográfico cumplieron 11 años, y en los medios de comunicación se referían a la reserva marina como una “Reserva

de Imágenes". En el contexto de las Islas Canarias, en este tiempo hemos hallado cómo empresas y entidades relacionadas con el buceo han comenzado a referirse a otras áreas marinas protegidas de diferente clasificación, como los Lugares de Interés Comunitario (LICs)<sup>15</sup>, con el apelativo de "reservas marinas" en sus estrategias de difusión de la actividad del buceo<sup>16</sup>.

En el AP de las Islas Medas se celebra también un concurso de fotografía submarina, denominado certamen de imagen submarina "Medes, Imatge i Medi Ambient" – Medas Imagen y Medio Ambiente (MIMA). Se celebra cada año, a lo largo de una semana durante la cual el AP de las Islas Medas organiza otras actividades tales como el concurso de dibujo escolar "Dibuixa les Medes" - Dibuja las Medas, un concurso de apnea y otro de fotografía digital realizada en la modalidad de *snorkeling*. También se premia el mejor artículo escrito sobre el buceo en las islas, entre otros. Estos eventos, además de ayudar a promocionar el área como un escenario ideal para la realización de las consabidas actividades de submarinismo, apnea y *snorkeling*, inciden en el carácter ambientalista o proteccionista de la figura de protección. En este caso, a diferencia del *Openfotosub*, los certámenes no están tan orientados hacia la promoción exterior del destino de buceo (que ya recibía a más de 1.000 buceadores al día con anterioridad a la declaración) como a su presentación bajo ciertos parámetros preservacionistas. El AP de las Islas Medas ha sido objeto de numerosas críticas debido a elevados niveles de buceo que podía llegar a soportar en verano, con grupos de hasta 50 buceadores sumergiéndose a la misma vez en un mismo punto de inmersión. Algunos la comparan con un gran parque de atracciones, donde cada atracción sería un

---

<sup>15</sup> Para más información sobre esta figura, véase pagina del MMA español: <[http://www.mma.es/portal/secciones/biodiversidad/rednaturaleza2000/rednaturaleza\\_espana/lic/lic.htm](http://www.mma.es/portal/secciones/biodiversidad/rednaturaleza2000/rednaturaleza_espana/lic/lic.htm)>

<sup>16</sup> Véase por ejemplo el caso de una empresa de buceo de la vecina isla de Gran Canaria, que ofertaba actividades de inmersión en la "Reserva Marina de El Cabrón". Esa es un área sobre la que únicamente pesa una declaración LIC, sin normativa ni implementación desarrollada al margen de su asignación como tal. Sin embargo, la página Web del centro en cuestión ofrecía cuantiosa información sobre la supuesta "reserva marina"; en <<http://www.davyjonesdiving.com/buceo/S3-buceo-reserva-marina-El-Cabron-gran-canaria.shtml>>

punto de inmersión diferente. Desde que se declarara, la gestión del AP ha consistido en regular y limitar esos volúmenes de uso. Aunque finalmente ello se ha llevado a cabo atendiendo no a la capacidad de carga del ecosistema marino, fijado en 200 inmersiones por parte de los biólogos encargados de llevar a cabo el seguimiento científico del área, sino a las características de las empresas que comercializaban el buceo, manteniendo este último como una actividad rentable en términos económicos para las empresas del municipio. Ciertamente el número de inmersiones permitidas se ha reducido en más de la mitad desde que se declarara el área protegida, pero el número global de usuarios ha aumentado. En primer lugar porque se han estimulado las actividades de la apnea, el *snorkeling* y el *seawatching*, que son innovaciones sobre la actividad del buceo pero que, no empleando de medios artificiales de respiración, no necesitan de un entrenamiento y ni de una titulación específica. De esta forma, se han sumado nuevos usuarios para los que anteriormente no existía una oferta de actividades en el área protegida. Por otro lado, en consonancia con ciertas tendencias del sistema turístico de segmentación y de deslocalización temporal del período vacacional, y considerando que en verano puede agotarse el cupo de inmersión, los turistas buceadores organizan sus visitas entre marzo y noviembre. Globalmente, sobre el cómputo anual, llegan muchos más buceadores, sólo que de forma más repartida a lo largo del año. A pesar de todo, pese las críticas de biólogos y científicos, el AP se defiende y proyecta como un lugar de conocimiento y descubrimiento de la naturaleza.

#### e) El turista buceador

Tal y como detallamos en la Tabla 2, tanto en La Restinga como en L'Estartit, el grupo de turistas buceadores objeto de nuestro estudio está conformado por individuos hombres, de edades comprendidas entre los 35 y 50 años principalmente, de cierto poder adquisitivo, procedentes de ciudades capitalinas españolas y de Francia. Mientras que en La Restinga la mayoría de estos turistas habían viajado al menos en pareja, en L'Estartit es relevante la presencia de grupos de buceadores vinculados a Clubes de Buceo y

Asociaciones Deportivas sin ánimo de lucro. Los índices de repetición eran muy superiores en L´Estartit, especialmente entre este tipo de turistas. En La Restinga hallamos a un gran número de buceadores principiantes; muchos buceaban menos de 10 veces al año, prácticamente durante la realización de viajes; e incluso encontramos a turistas que practicaban la actividad por primera vez. En general, la mayoría reconoció emplear tanto Internet como las recomendaciones y relatos de los ex turistas (de gran presencia en Internet a su vez)<sup>17</sup> para informarse sobre el producto. Aunque las estrategias de compra finalmente podían variar entre aquellos que organizaban el viaje por su cuenta, quienes lo organizaban a través de los clubes en los países de origen y los que lo hacían a través de los centros de buceo en el destino. Tanto en L´Estartit como en La Restinga hallamos trabajando a Agentes minoristas pero con una escasa repercusión.

Prácticamente todos los buceadores interpelados admitieron tener como principal actividad y motivación el buceo. Pero en La Restinga, entre los turistas buceadores nacionales (el 90%) a ello se añadía el interés por conocer la isla de El Hierro, o viajar a Canarias, o bucear en una reserva cuyos fondos se proyectan como los mejores de toda Europa. En L´Estartit no identificamos esto, a pesar de que, a grandes rasgos, todos esperaban relajarse y divertirse durante su estancia en el destino. En La Restinga la actividad principal era el buceo, pero hemos de considerar que los buceadores están cautivos en este pueblo a causa de la considerable altitud que en pocos kilómetros se alcanza, a través de la única carretera que conecta con este enclave costero. Además, en La Restinga, al margen del alojamiento y la restauración, no existe una oferta de servicios o de actividades de ocio complementaria. En L´Estartit esa oferta es muy superior, así que los turistas en general pueden realizar multitud de actividades secundarias, aunque el buceo y la preparación de las inmersiones consuman la mayor parte del tiempo del viaje. En La Restinga y en la Isla de El Hierro en general, detectamos una reducida oferta de servicios, ciertas

---

<sup>17</sup> Principalmente a través de foros y páginas Web de todo tipo relacionadas con el mar y la actividad del buceo, y no exclusivamente con el turismo o la compra de viajes.

dificultades en el proceso de compra (transporte y alojamiento sobre todo) y un elevado precio global del viaje. Estos elementos explican los bajos índices de repetición de los turistas buceadores en el destino, especialmente entre los españoles procedentes del continente, y no así entre los canarios. En L´Estartit el índice de fidelización entre los turistas en general es muy alto, no sólo entre el segmento de los buceadores. La mayoría de los buceadores encuestados en este enclave reconocen que encuentran lo que esperaban. Los buceadores que viajaban a La Restinga gastaban casi el doble que los que contrataban un paquete con alojamiento y buceo en L´Estartit<sup>18</sup>. En La Restinga, los buceadores reconocieron hallarse satisfechos con su experiencia, pero descontentos por el desorden y por la escasa planificación de los servicios de transporte y alojamiento en el destino, además de por la reducida oferta general.

Los dos grupos se afirmaron hallarse satisfechos tras bucear en cada área marina protegida, a pesar de que la imagen que cada grupo porta de aquello que sea una "reserva marina" pueda chocar con los usos que efectivamente se ejercen en cada área. Los buceadores, en líneas generales aceptaban que dentro de una reserva se regulase la actividad de la inmersión. No tanto reconociendo que la actividad del buceo en sí misma pudiera tener impactos negativos sobre el ecosistema marino, sino entendiendo que el comportamiento de ciertos buceadores podría ser pernicioso. Muchos se reconocen y presentan como ambientalistas y/o deportistas. Pero en líneas generales, tanto en una como en otra población, los buceadores se conciben así mismos como amantes del medio marino, que sienten privilegiados por acceder a lugares exclusivos reservados para unos pocos, tanto por la actividad como por el contexto de emplazamiento.

#### g) Los efectos

Asumiendo que cualquier actividad humana tiene efectos sobre el medio en el que se realiza, algunos de los posibles efectos nocivos del buceo son:

---

<sup>18</sup> Para La Restinga: entre 900 y 1.500€; L´Estartit: entre 350 y 750€

- 1 Molestias a la fauna durante periodos críticos.
- 2 Desorientación de la fauna.
- 3 Cambios en el comportamiento de algunas especies, producto de prácticas tales como el *feeding*.
- 4 Molestias producidas por luz artificial.
- 5 Expoliación del fondo submarino.
- 6 Degradación de grutas y cuevas por el roce producido con las botellas o con utensilios para ligar cuerdas, y por embolsamiento del aire de las burbujas.
- 7 El efecto sobre el lecho marino derivados del aleteo, del uso continuado del ancla o de fondeos inadecuados.
- 8 Contaminación sonora, y contaminación por hidrocarburos y material orgánico.

El impacto ambiental de la actividad concreta de inmersión depende de dos variables: la magnitud de acción y la sensibilidad del medio receptor de la acción. En La Restinga y en L´Estartit esos efectos no se producen de la misma manera puesto que ni las características del ecosistema marino son similares, ni la forma de ejecución de la actividad. En este último aspecto, en cuanto a la organización de las inmersiones, los órganos de gobierno de cada área marina protegida tienen un papel relevante. En los dos destinos la actividad de buceo que se puede realizar por fuera de las zonas protegidas es irrelevante y prácticamente todas las inmersiones se concentran en su interior, ejecutándose según lo dictaminado por cada órgano de gobierno implicado.

El producto del turismo de buceo, además de ayudar a singularizar a L´Estartit y a La Restinga, en sus respectivos contextos/ regiones turísticas – la Costa Brava y Canarias – ha ayudado en ambos casos a desestacionalizar la temporada turística. Aunque hay que matizar que la estacionalidad en La Restinga no se deriva de sus condiciones climáticas sino que obedece a sus características, como destino de turismo doméstico, especialmente de veraneantes. En L´Estartit, si bien esas condiciones climáticas no son tan ideales, fuera del período estival llegan grupos de buceadores procedentes del interior y del norte de Europa. La des-estacionalidad no se ha visto favorecida por las características del destino, sino por las de la demanda y sus mercados emisores de turistas. Cierta tendencia generalizada hacia la fragmentación del

tiempo global dedicado a las vacaciones, y la realización de estancias cortas en destinos cercanos, ha favorecido también que europeos y peninsulares visiten L'Estartit y La Restinga, respectivamente, a lo largo de casi todo el año.

En los dos casos, los rendimientos del producto están muy concentrados en manos de unas pocas empresas. En L'Estartit, porque las mismas empresas autorizadas a explotar y a comercializar la inmersión dentro de la zona protegida, trabajan con empresas de alojamiento, que en muchas ocasiones pertenecen a la misma sociedad. En La Restinga, porque, ante la falta de servicios y productos complementarios, el gasto turístico se circunscribe casi en exclusiva sobre a transporte, el alojamiento, la alimentación y el buceo. De todos modos hemos de recordar que en L'Estartit, el segmento del turismo de buceo sólo representaba entre el 10 y el 20% del total de los turistas en el destino. Y en La Restinga, hallamos a 9 empresas, de las cuales sólo 3 mantenía su actividad de manera continuada durante todo el año con índices de buceadores relevantes.

En L'Estartit, consolidado destino de turistas masa, la presencia de los buceadores se diluye y minimiza, especialmente en verano, ante el elevado número de turistas en general en el destino y que también realizan actividades deportivas – recreativas alrededor de las Islas Medas. En La Restinga, los buceadores son vistos con recelo por parte de un segmento de la población local vinculado a la reserva; ya que, en general, son considerados "foráneos" que de alguna forma aprovechan los esfuerzos y las renunciadas llevadas por los pescadores que impulsaron la reserva.

### **Conclusiones. Una propuesta contratada de modelo clasificatorio**

El sistema turístico distingue perfectamente a aquellos usuarios que pueden ejercer claramente de consumidores de un producto turístico determinado de otros que lo desean, pero por no reunir las imprescindibles condiciones económicas y/o de tiempo de ocio para su consumo, no pueden acceder a él. Estos, la demanda supresiva, no se abandona. Lejos de ello,

productos, destinos y temporadas se adaptan para mantener la frecuencia de visitantes en continuo. Como se ha señalado en las páginas anteriores, el turismo de buceo, un subsegmento de las actividades acuáticas ofertadas turísticamente, juega ese doble papel de actividad principal o secundaria para el turista, de oferta estrella o complementaria para el destino, de expresión de consumo diferenciada para clases económicamente destacadas o los grupos medios de la sociedad. Y en perfecta analogía, sus efectos varían también según cada una de las líneas definidas.

No se trata de definir por elegancia teórica, que también es académicamente aceptable. No se trata tampoco de crear literatura. La tarea que se pretende es exponer un método básico que identifique indicadores claros para encuadrar tipológicamente una actividad turística, de manera que a partir de ellos podamos prever qué nivel de impactos desplegará. Lo cual podría detectarse, al menos teóricamente, desde el diseño o análisis preliminar de tal actividad. En este análisis se ha probado con el estudio de casos como estrategia más exhaustiva.

Se parte en el análisis de tres premisas fundamentales: (1) la "diversidad turística" mostrada tanto en productos, como en tipos de turistas y formas de turismo es muestra de las identidades nacionales en contacto; (2) la renovación continua del sistema turístico le es imprescindible para mantener la necesidad creada del viaje por ocio; y (3) la imaginación del empresariado y de todos aquellos que podrían serlo seguirá haciendo evolucionar la actividad turística en cualquier contexto espacial, cultural y económico. Ello lleva a plantearse las tipologías como categorizaciones marco que, siempre y en todos los casos, según los intereses de la investigación, deberán ser comprobadas, actualizadas y corregidas, por lo que no es sorprendente que no exista, aunque sea teóricamente deseable, un acuerdo universal, una tipología única que diferencie turistas y, menos aún, turismos. O lo que es más grave metodológicamente, que las definiciones de turista y turismo deben ser lo suficientemente laxas para que acoplen en su seno todas aquellas variaciones.

Referido a las tipologías, en 1992, Douglas G. Pearce (1994), identifica las variables que han sido consideradas más relevantes para el diseño de la tipología del turismo<sup>19</sup> y llega a contabilizar unas cincuenta tipologías, lo cual refleja la extrema complejidad de la actividad y las múltiples facetas que toma el turismo, conduciendo a los investigadores a concentrarse sobre aspectos particulares.

Corroborando la importancia que tuvieron las primeras clasificaciones realizadas en los años setenta, las tipologías sobre el turismo pueden ser agrupadas en tres categorías generales (un tratamiento amplio de las mismas puede verse en SANTANA TALAVERA, 1997):

- a) De tipo interaccional, que enfatizan las relaciones entre los visitantes y las áreas de destino. Dentro de estas se incluirán las de Cohen (1972), Wahab (1975) y Smith (1977).
- b) De tipo cognitivo-normativo, que analizan las motivaciones previas al viaje, que serían las de Plog (1977) y Cohen (1979).
- c) De tipo mixto motivacional-comportamental propuesta por Yiannakis y Gibson (1992).

Algunas propuestas, como la de Yiannakis y Gibson (1992), tratan de combinar las tipologías de tipo interaccional y cognitivo-normativo, partiendo de lo sugerido por Cohen (1979), esto es, que el comportamiento turístico refleja la existencia de patrones estables de motivación y que ambos, comportamiento y motivación, distinguen y caracterizan las diferentes formas que puede tomar la actividad turística, pudiendo darse una multitud de combinaciones e influencias en la unión comportamiento-motivación. El trabajo de Yiannakis y Gibson destaca por ser uno de los pocos que intenta una operacionalización de la experiencia turística, incluyendo las correlaciones existentes entre los roles de los turistas, la satisfacción de sus necesidades y la

---

<sup>19</sup> Éstas son: contexto, instalaciones (tipo, escala, calidad, servicio y precio), localización (localizado/extensivo, aislado/agregado), promotores/propietarios (origen y tipo, actitudes y motivos), proceso de desarrollo (requisitos, tiempo, planificación, proceso, forma), mercado y promoción (origen de los turistas, otras características de los turistas, promoción y viaje organizado) e impactos.

enorme serie de estructuras sociales en la que éstos se encuentran enclavados.

Mientras que la categorización de destinos se establece básicamente por su desarrollo (BARBAZA, 1970; PRÉAU, 1970; PECK; LEPIE, 1992; PEARCE, 2001), dedicación y ciclo de vida (BUTLER, 1980; PROSSER, 1994; BAUM, 1998), los turismos, en términos generales, se empiezan a nombrar por la actividad específica que se lleva a cabo (bici-tour, piragüismo, canotaje o *rafting*, buceo, descenso de barrancos, escalada, *windsurf*, etc.) o por la caracterización espacial, cierta o supuesta, en que se llevan a cabo aquellas actividades (turismo verde, ecoturismo, agroturismo, turismo rural, etc.). Los primeros suelen referirse siempre a productos específicos y pueden presentarse en el conjunto de áreas-destino más o menos diseñadas para su práctica y abanderadas por el rótulo 'turismo de aventura' (complejos deportivo-naturales, parques y parajes protegidos o en vías de protección, lugares 'inalterados', etc.) o como actividades complementarias a los segundos.

Considerados en conjunto como "turismos blandos" (respetuosos con el medio ambiente y los pueblos, baja ocupación en cuanto al número de visitantes y las infraestructuras implementadas para su atención), en la promoción – y análisis – de estos productos destacan el uso de conceptos de carácter altamente relativo (entre otros, sostenibilidad, cultura o responsabilidad) y cuyas definiciones – y aplicaciones – en sí mismas constituyen verdaderos problemas para el análisis antropológico en general y del turismo en particular. Pero son tales conceptos, o más bien la amplia retórica elaborada sobre los mismos, los que van a caracterizar los productos ofertados, en principio, como turismo étnico, medioambiental y turismo cultural, además de todas sus variantes específicas.

No se puede obviar que los destinos, las agencias de viajes y tour-operadores, tratan de conquistar cotas de mercado (demanda efectiva y supresiva), captando a una clientela específica a través de la creación de expectativas diferenciadas, aunque sea en matices, por lo que sería

metodológicamente impropio cerrar las definiciones a unas actividades determinadas y existentes en la actualidad. Si algo distingue a estas formas sofisticadas de turismo es la posibilidad de incrementar su atractivo añadiendo y/o modificando subproductos-componentes del producto general, adecuándolo por supuesto a las condiciones y requerimientos de su clientela potencial, pero también a las posibilidades de inversión y características concretas de las empresas (generalmente pequeñas o medianas) y agencias (gubernamentales o no) implicadas en las áreas de explotación.

El resultado, un espejismo de nuevo producto que se basa en la combinación de los elementos definitorios de productos ya probados (SANTANA TALAVERA, 2002). De ahí la apariencia de igualdad bajo un mismo rótulo, "turismo de buceo", para líneas estratégicas de comercialización y explotación de recursos que diferencia al cliente por su poder adquisitivo, pero también por su enclave en la dicotomía modernidad/postmodernidad, con preocupaciones, expectativas y modos de consumo modelados por las circunstancias económicas, políticas y sociales del mundo desarrollado de principios de siglo.

La propuesta que aquí se presenta se establece un conjunto de cuatro niveles de correlación, más una indicación de impactos, con el que poder identificar orientativamente según las metas de la investigación, qué tipo de turista/turismo se refiere en cada momento y qué implicaciones de carácter general pueden tener para los actores y el destino.

De este modo, se ha tomado como eje central, o primer nivel, el tipo de desarrollo turístico del área de destino, asociándole a éste cuatro niveles sucesivos. El segundo nivel clasifica el turismo según sea la forma elegida del viaje, es decir, el nivel de organización y control sobre el mismo; el tercero, dependiendo del número y frecuencia de las visitas y su grado de adaptación; un cuarto, atendiendo a la motivación y actividades predominantes desarrolladas en el destino; y, por último, el grado de impacto de cada uno de los tres modelos generales diseñados.

Tabla 4 - Comparación de tipologías para investigación según perfiles de correlación

NIVEL	CRITERIO	MODELO 1	MODELO 2	MODELO 3
1	Tipo de desarrollo	crecimiento lento o nulo	desarrollo transitorio	crecimiento rápido/lento
2	Características generales del viaje (organización)	No institucional	No institucional/ /institucional	Institucional
3	Nº de turistas/grado de adaptación	Exploradores Élite Excéntricos o turismo de mochila	Élite Doméstico Inusuales	Nuevo turismo de masas
4	Motivación/actividades predominantes	Cultural Étnico Histórico Medioambiental Deportivo	Recreacional Cultural Medioambiental Deportivo	Recreacional Deportivo Cultural Histórico Salud Medioambiental
Grado de impactos primarios		Medio (continuado)	Bajo	Alto

Fuente: elaboración propia

El primero de los modelos corresponde a destinos sin desarrollo turístico o con un crecimiento lento (urbanístico y comercial) del mismo. Presencia más o menos esporádica de individuos foráneos y totalmente descontextualizados. Éstos suelen ser numéricamente escasos y, dependiendo de los atractivos y características propias de la zona, encontrarse de paso o pernoctar en la misma, generalmente pocas noches, y por ello los efectos generados sobre la población local, aunque variables y continuos, suelen ser mínimos. El tipo de visitantes asociados con el modelo 1 corresponde a individuos que, en términos generales, se interesa por y se adapta (o soporta) muy bien a las características socioculturales del área, organizan su propio viaje (no utilizando los canales empresariales convencionales de la actividad turística) y ajusta el tiempo/secuencia de disfrute de las actividades por las que optan a sus propias apetencias. En ocasiones la frecuencia de visitas de este amplio tipo de turismo ha llevado, y lleva, a algunos individuos residentes a emprender el desarrollo turístico del área con fondos provenientes del ahorro familiar o de la emigración. Se inicia con la restauración ("dar comidas"), sigue con la creación

de comercios de los tipos más insospechados, para posteriormente acabar ofreciendo alojamiento en la propia casa o en anexos a la misma. Caso aparte es el de los empresarios foráneos que, previendo expansiones futuras, realizan las inversiones pertinentes en proyectos de tipo individual, normalmente sin ninguna clase de planificación global del destino. El estilo de promoción, si es que esta existe, se centra en los atractivos paisajísticos y en la singularidad cultural, cierta o pretendida. Para ello se hace uso de forma, más o menos acertada, de internet (tal vez con una confianza excesiva en la red de redes) y de los medios convencionales emulando a destinos consolidados (especialmente recurriendo a algunas agencias de viaje *especializadas*). Es común que este modelo se encuentre en el origen de áreas que pueden contemplarse como insertas en los modelos 1 y 2.

El modelo 2 gira en torno a los turistas que Smith (1977) denominó 'inusuales' y el doméstico, caracterizado por ser una forma de viaje familiar, de relativamente cortas distancias, muy estacional y con viajes cada vez más intermediados - sobre todo a nivel de transporte y alojamiento - por agencias, genera una forma de desarrollo turístico "transitorio" (diferenciado por PECK; LEPIE, 1989). Sin la necesidad de grandes inversiones y de efectos económicos generalmente muy positivos para la población local (principalmente a través del comercio y el alojamiento), los impactos globales que ocasiona pueden ser calificados de bajos y localizados espacial y temporalmente, en tanto que son atraídos por lugares de vacación más o menos concretos, no suelen relacionarse e integrarse con los residentes fijos. Como en el modelo anterior, la planificación global del destino o no existe o lo hace sólo sobre el papel en forma de planes estratégicos. Su atractivo suele estar fundado sobre bienes culturales o naturales que le diferencian y, precisamente, en su baja capacidad receptiva. La combinación de ambos elementos le hace apto para turistas de élite en temporadas específicas.

El tercer modelo de la correlación presentada, está referido al turismo siempre intermediado y organizado por agencias y tour-operadores, con un gran número de visitantes y de frecuencia prácticamente continua, esto es, el

nuevo turismo de masas, con preferencia bien por áreas de recreo (playas y lagos) y de salud (balnearios) bien por visitas monumentales, arquitectónicas e históricas, además del desarrollo de su actividad en torno a algún deporte (senderismo, hípica, buceo, windsurf, etc.). Con fuerte índice de impacto global sobre las áreas y poblaciones de destino, está asociado, salvo excepciones, a formas de desarrollo con un alto nivel de planificación (sobre todo en sus comienzos), fuertes inversiones externas y pérdida del control por la población local, que pasa a formar parte de la fuerza de trabajo necesaria para el mantenimiento del destino.

Es importante considerar aquí que el turismo de masas en general, y el segmento de turismo marino en particular, ha sido deseado y bienvenido primero, denostado y despreciado más tarde, y con esfuerzos de dignificación desde principios del nuevo siglo. Hay que reconocer que muchas poblaciones se beneficiaron y sufrieron en este tipo de destinos, los impactos fueron casi siempre económicamente positivos, medioambientalmente negativos y socioculturalmente casi nunca medidos.

En los inicios del siglo XXI, el turista de masas ya no es aquel que exclusivamente se tumbaba al sol daiquiri en mano. Actualmente exigen calidad en los servicios, viajan en torno al destino y demandan cultura local, preparada para su comercialización turística, claro está. Esto es, esta forma consolidada de turismo se vuelve en muchas ocasiones en un cliente cautivo de una oferta complementaria a su segmento muy importante, dando cabida a la elaboración de productos que tengan como base la naturaleza, la etnografía, la historia, el patrimonio monumental y la fructífera imaginación de los innovadores locales-residentes.

Tal y como se ha descrito, el turismo de buceo, ilusoriamente relacionado con el deporte y la contemplación medioambiental, aparentemente vinculado al alto poder adquisitivo y a la práctica de las élites, se encuadra en dos de los modelos diferenciados según el contexto en el destino. La Restinga, asociado al modelo 2, y L'Estartit, que vinculamos al modelo 3. En ambos casos, a pesar de los esfuerzos de los interesados y agentes turísticos locales, los problemas

estructurales de cada destino persisten, aunque matizados bajo ciertas características de la demanda efectiva. El buceo no ha sido exactamente el elemento clave para la desestacionalización de destino L´Estartit, sino la existencia de un mercado emisor de turistas consolidado, localizado a unos pocos kilómetros de distancia. El Hierro posee mejores condiciones medio ambientales, pero las características de la infraestructura en la isla impiden un desarrollo similar al acaecido en la población catalana. En los dos casos el turismo de buceo se ha desarrollado yendo un poco más allá de lo que los turistas y turismos en tierra podían llevar a cabo. En los dos casos, el turismo de buceo ha logrado proyectarse a la cabeza de la oferta patrimonial de cada destino, en un contexto en el que el mar, antes que el turismo espacial sólo al alcance de unos pocos, se había proyectado como la última frontera por descubrir. Pero igualmente, con el tiempo ha evolucionado como cualquier otra actividad turística, y ha sufrido semejantes etapas de descubrimiento, popularidad y moda y saturación, descritos para otros productos turísticos. Aunque todavía, tal vez por la juventud de la actividad como producto, por la falta de competencia en estos los destinos concretos, o por el eco de las áreas marinas protegidas y de su aceptación entre la demanda, el turismo de buceo no ha entrado todavía en fase de decaimiento.

## Referencias

AGUILERA KLINK, F.; BRITO HERNÁNDEZ, A.; CASTILLA GUTIÉRREZ, C.; DÍAZ HERNÁNDEZ, A.; FERNÁNDEZ-PALACIOS, J. M.; RODRÍGUEZ RODRÍGUEZ, A.; SABATÉ BEL, F.; SÁNCHEZ GARCÍA, J. *Canarias: economía, ecología y medio ambiente*. La Laguna: Francisco Lemus Editor, 1994.

AUDIVERT, M. "El Coral i L´Estartit". En: AUDIVERT, M. (Ed.). *L´Estartit i les Medes*. 1971.

BACALLADO, J. J.; CRUZ, T.; BRITO, A.; BARQUÍN, J.; CARRILLO, M. *Reservas marinas de Canarias*. Canarias: Consejería de Agricultura y Pesca de Canarias Secretaría General Técnica, 1989.

BARBAZA, Y. Trois types d'intervention du tourisme dans l'organisation de l'espace littoral. *Annales de Géographie*. (434), p. 446-469, 1970.

BASIERAS, M. La evolución de la imagen turística de L´Estartit y de su sector hotelero ligado a la creación de la reserva marina de las Islas Medas. *Turismo*. Girona: Universidad de Girona, 2001.

BAUM, T. Taking the exit route: extending the tourist area life cycle model. *Current Issues in Tourism*. 1(2), p. 167-175, 1998.

BRITO, A.; BARQUÍN, J.; FALCÓN, J.M.; DORTA, C.; PASCUAL, P.; GONZÁLEZ, G. *Informe sobre la propuesta de creación de una reserva marina en el Mar de las Calmas (El Hierro, Islas Canarias)*: Departamento de Biología Animal (Ciencias Marinas) de la Universidad de La Laguna. Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación, 1995.

BRITO HERNÁNDEZ, A. *Catálogo de los peces de las Islas Canarias*. La Laguna: Francisco Lemus, 1991.

BUANES, A.; JENTOFT, S.; RUNAR KARLSEN, G.; MAURSTAD, A.; SORENG, S. In whose interest? An exploratory analysis of stakeholders in Norwegian coastal zone planning. *Ocean & Coastal Management*. 47(5-6), p. 207-223, 2004.

BUTLER, R.W. The concept of a tourism area cycle of evolution: implications for management resources. *Canadian Geographer*. 24(1), p. 5-12, 1980.

CATEDRA DE GEOGRAFIA I PENSAMENT TERRITORIAL Y UNIVERSITAT DE GIRONA, Ayuntamiento de Torroella de Montgrí – L´Estartit, Diputación de Girona. "Agenda 21". Torroella de Montgrí: Càtedra de Geografia i Pensament Territorial, 2003.

UNIVERSITAT DE GIRONA, Ayuntamiento de Torroella de Montgrí.

CATER, E.; LOWMAN, G. (Eds.). *Ecotourism: A sustainable option?* Chichester UK: John Wiley & Sons, 1994.

CHAMBERS, E. (Ed.). *Tourism and culture. An applied perspective*. Albany, USA: State University of New York, 1997.

Cohen, E. Toward a sociology of international tourism. *Social Research*. 39, p. 164-182, 1972.

COHEN, E. The impact of tourism on the hill tribes of northern Thailand. *International Asienforum*. 10, p. 5-38, 1979.

COHEN, E. A phenomenology of tourist experiences. En APOSTOLOPOULOS, Y.; LEIVADI, S.; YIANNAKIS, A. (Eds.). *The sociology of tourism*. Theoretical and empirical investigations. London: Routledge, 1996, p. 90-114.

CONSEJO DE ESTADO, órgano consultivo del Gobierno. "Informe sobre las competencias de las distintas administraciones territoriales y órganos de la

administración general del estado en materia de protección de hábitats y especies marinas y de declaración y gestión de Áreas Marinas Protegidas ". Madrid: Consejo de Estado, 2006, p. 410.

DE LA CRUZ MODINO, R. Gestión de los recursos : turismo, usos y apropiación del patrimonio natural. *Preshistoria, Antropología e Historia Antigua*. La Laguna: La Laguna, p. 217, 2003.

DE LA CRUZ MODINO, R.; PASCUAL-FERNÁNDEZ, J. J. Mujeres, diversificación económica y desarrollo del turismo marino. En torno a la Reserva Marina Punta de la Restinga-Mar de las Calmas (El Hierro - Islas Canarias). En FRANGOUES, K.; PASCUAL-FERNÁNDEZ, J. J. (Eds.). *AKTEA Conference: Women in Fisheries and aquaculture: lessons from the past, current actions and ambitions for the future*. La Laguna, Tenerife: Asociación Canaria de Antropología, 2005, p. 263-275.

DE LA CRUZ MODINO, R.; PASCUAL FERNÁNDEZ, J. J. Reservas marinas, ¿herramientas de gestión pesquera? En PASCUAL FERNÁNDEZ, J.; FLORIDO DEL CORRAL, D. (Eds.), *¿Protegiendo los recursos? Áreas protegidas, poblaciones locales y sostenibilidad*. Sevilla: Fundación El Monte, FAAEE, Asociación Andaluza de Antropología, 2005<sup>a</sup>, p. 83-101.

EUROPARC. Alcanzar la eficacia en la gestión de los espacios naturales protegidos. Actas del X Congreso de EUROPARC-España. En BERNÁLDEZ, Fundación Fernando González (Ed.): Ed. Fundación Fernando González Bernáldez, Madrid, 2004.

GALVÁN TUDELA, A. *La identidad herreña*. La Laguna: Centro de la Cultura Popular Canaria-Cabildo del Hierro, 1997.

JIMÉNEZ, S., PRATS, L. El turismo en Cataluña: Evolución histórica y retos de futuro. *Pasos*. Revista de turismo y patrimonio cultural. 4(2), p. 153- 174, 2006.

JIMÉNEZ SETÓ, S. *Les Paradoxes del Paradís: Aigua, economia i cultura a les Valls d'Aneu*. Esterri d'Áneu: Consell Cultural de les Valls d'Áneu, 1996.

MUNDET, L. L'evolució dels models de turisme litoral: el Regne Unit, la Costa Brava i Cuba. *Departament de Geografia, Història i Història de l'Art*. Girona: Universitat de Girona, p. 242, 1998.

MUNDET, L.; RIBERA, L. Characteristics of divers at a Spanish resort. *Tourism Management*. 22(5), p. 501-510, 2001.

PASCUAL-FERNÁNDEZ, J. J.; DE LA CRUZ MODINO, R. Mujeres, reservas marinas y estrategias de diversificación en las poblaciones litorales: el caso de los restaurantes de pescado. En FRANGOUES, K.; PASCUAL-FERNÁNDEZ, J. J. (Eds.).

AKTEA Conference: Women in Fisheries and aquaculture: lessons from the past, current actions and ambitions for the future. La Laguna, Tenerife: Asociación Canaria de Antropología, 2005, p. 247-262.

PEARCE, D. G. An integrative framework for urban tourism research. *Annals of Tourism Research*. 28(4), p. 926-946, 2001.

PEARCE, D. G. Alternative Tourism: Concepts, Classifications, and Questions. En SMITH, V.L.; EADINGTON, W.R. (Ed.). *Tourism alternatives: potentials and problems in the development of tourism*. Chichester UK: John Wiley & Sons, 1994, p. 15-30.

PEARCE, D. *Desarrollo turístico*. Su planificación y ubicación geográficas. México: Trillas, 1988 [1986].

PECK, J.G.; LEPIE, A. S. Turismo y desarrollo en tres enclaves costeros de Carolina del Norte. En SMITH, V. L. (Ed.). *Anfitriones e invitados: la antropología del turismo*. Madrid: Endymion, 1992, p. 303-333.

PLOG, S. C. Why destination areas rise and fall in popularity. En KELLY, E. M. (Ed.). *Domestic and international tourism*. Wellesley, MA: Institute of Certified Travel Agents, 1977, p. 26-28.

PRÉAU, P. Principe d'analyse des sites en montagne. *Urbanisme*. (116), p. 21-25, 1970.

PROSSER, R. Societal change and the growth in alternative tourism. En CATER, E.; LOWMAN, G. (Eds.). *Ecotourism: a sustainable option?* Chichester UK: John Wiley & Sons, 1994, p. 19-37.

RAMOS ESPLÁ, A. A. (Ed.). *La reserva marina de la Isla Plana o Nueva Tabarca (Alicante)*. Alicante: Ayuntamiento de Alicante - Universidad de Alicante, 1985.

REVENGA MARTÍNEZ, S. Las Reservas Marinas Canarias (España). En MORENO, D.; FRÍAS, A. (Eds.). *Actas de las I Jornadas sobre Reservas Marinas y I Reunión de la Red Iberoamericana de Reservas Marinas (RIRM), Cabo de Gata, Almería 17-23 de Septiembre de 2001*. Madrid: Publicaciones del MAPA, Secretaría Técnica, Madrid, 2003, p. 101-111.

ROVIRAS, A., TORRENT, E. El Turisme. En DIPUTACIÓ DE GIRONA, Caixa de Girona (Ed.). *Torrella i L'Estartit*. Girona: Diputació de Girona, Caixa de Girona, 2003, p. 86-87.

SANTAMARINA, B. "La patrimonialización de la naturaleza: figuras (espacios protegidos) y discursos (desarrollo sostenible)". En Fundación El Monte, Federeación de Asociaciones de Antropología del Estado Español, ASANA (Ed.), *¿Protegiendo los recursos? Áreas protegidas, poblaciones locales y sostenibilidad*. Sevilla: Fundación El Monte, 2005, p. 25- 44.

SANTANA TALAVERA, A. *Antropología y turismo. ¿Nuevas hordas, viejas culturas?* Barcelona: Ariel, 1997.

SANTANA TALAVERA, A. Desarrollos y conflictos en torno al turismo rural: Claves y dilemas desde la antropología social. En RIEDL, M.; ALMEIDA, J. A.; VIANA, A. L. B.(Eds.). *Turismo rural: tendências e sustentabilidade*. Santa Cruz do Sul (Brasil): Universidade de Santa Cruz do Sul, 2002, p. 13-50.

SMITH, V. L.; EADINGTON, W. R. (Eds.). *Tourism alternatives: potentials and problems in the development of tourism*. Chichester UK: John Wiley & Sons, 1994.

SMITH, V. L. (Ed.) *Host and guest: the anthropology of tourism*. Pennsylvania: Univ. Pennsylvania Press, 1977.

SMITH, V. L.; BRENT, M. (Eds.). *Hosts and guests revisited: Tourism issues of the 21st century*. New York: Cognizant Communication, 2001.

URBAIN, J.-D. *El idiota que viaja*. Madrid: Endymion, 1993.

WAHAB, S. E. *Tourism management*. Londres: Tourism International Press, 1975.

YIANNAKIS, A.; GIBSON, H. Roles tourists play. *Annals of Tourism Research*. 19(2), p. 287-303, 1992.

## BIBLIOGRAFIA

BRETON, Y. et al. *Pescadores y turistas a Sámara y el Coco: ¿Un amor de temporada?* Québec, Canadá: Université Laval, 1991.

SICHES I CUADRA, C. "Pesca y cambio social en el mediterráneo". *Eres (Antropología)*, 2(1), 1990.

Artigo recebido em Janeiro de 2008.

Aprovado para publicação em fevereiro de 2008.