

Reinventar el destino. Reflexiones sobre el Espacio Turístico Contemporáneo (*)

1. Introducción

La actividad turística, que hasta hace unos años era considerada como excepcional, es ahora en las sociedades avanzadas un hecho relativamente normal e incluso rutinario. En ese contexto, trasladarse de un país a otro, así como de un continente a otro, forma parte ya de la tarea cotidiana en algunos grupos sociales; no por placer, sino porque así lo exige el sistema de producción dominante, tal y como éste se ha ido definiendo y redefiniendo. Pero viajar es también una actividad generalmente considerada como placentera, y por tanto, moverse del lugar habitual, se ha ido instalando paulatinamente como parte de los programas vacacionales de aquellos sectores sociales que han alcanzado una cierta estabilidad laboral. En general se podría decir que, además de una necesidad, viajar es comúnmente considerado como un fenómeno gratificante.

Pero esto no sólo se ha producido por el desarrollo del transporte y en concreto de la tecnología aeronáutica, sino también por los avances en la organización de los sistemas de comunicación a escala mundial. La reducción del coste de las tarifas aéreas de los viajes intercontinentales sólo es explicable a partir de un ajustado sistema de distribución y redistribución de las plazas disponibles entre compañías (o agrupaciones de ellas), manteniendo los aparatos parados el menor tiempo posible. Y esto es sólo abordable a partir del desarrollo en flecha de los sistemas de comunicación, y la velocidad en los intercambios de información que ello permite, dentro de unas estructuras turísticas de gran dimensión y complejidad. La optimización del transporte aéreo en lo que se refiere a las relaciones entre la oferta y la demanda, es un ejemplo paradigmático de lo que se ha hecho en llamar la "economía informacional".

Sin embargo, el ocio y el disfrute del tiempo libre absorbe el tipo de turismo más generalizado. Viajar, trasladarse a un lugar diferente de aquél en el que transcurre la vida cotidiana, constituye algo más que un complemento al trabajo, es la traducción de un derecho al que se puede acceder. Es la materialización de una de las aspiraciones más genuinas de la cultura contemporánea.

El tiempo libre para el ocio ha sido una de las demandas más contundentes de la sociedad industrial, y por tanto, su consecución es una de las expresiones del índice de bienestar alcanzado. El turismo como forma generalizada de ocio ha abandonado su anterior carácter exclusivo, aunque algo de esa exclusividad se mantiene todavía vinculada a la aspiración del turista. Por tanto, el turista responde a pautas muy globalizadas, pero mantiene su deseo de singularidad: consume standarización a la vez que persigue "especificidad".

En esa dirección, "los lugares" constituyen la esencia de la experiencia turística. Sus cualidades responden a la demanda del turista, expresando la aspiración ambivalente a la que anteriormente aludimos. La globa-

Reinventing the destination. Thoughts on the contemporary touristic space (*)

1. Introduction

The touristic activity that not so many years ago was regarded as something exceptional, is a relatively normal phenomenon in the advanced societies nowadays, even a monotonous phenomenon. In this context to travel from one country to another or from one continent to another is part of the daily routine of some social groups; they travel not for pleasure but because the dominant production system, as it has been defined and re-defined, asks them to do so. But travelling is also a generally known pleasure activity, that is why travelling away from the usual place of residence has progressively become part of the holiday programs of those social sectors that have reached a certain working stability. We could say that travelling is not only a need, but a pleasurable experience.

But this has not only happened because of the development of transports, especially of the aeronautic technology, but also because of the advances in the worldwide organisation of the communication systems. The reduction in the cost of the

plane fares in the intercontinental routes can be only explained by an accurate system of distribution and redistribution of available seats between airlines (or groups of airlines), that allows to keep planes busy and flying almost all the time. This is only affordable because of the quick development of the communication systems and because of the speed in the exchange of information that it allows inside big and complex touristic structures. The optimisation of the air transportation, especially in the aspect of the relations between offer and demand, is a paradigmatic example of what has been called "informational economy".

However, the leisure and the enjoyment of the spare time absorb the most general type of tourism. To travel, to go to a place far from our usual place of residence is something more than a complement of our works, is the translation of a conquered right. It is the materialisation of one of the most genuine aspirations of the contemporary culture.

The leisure time has been one of the most firm demands of the industrial society, therefore its conquer is one of the expressions of the achieved welfare state. Tourism as a generalised way of leisure has abandoned its previous exclusive character, although a part of this exclusive character is maintained nowadays by the tourist's



Joaquín Casariego Ramírez
Dr. Arquitecto.
Catedrático de Urbanismo
y Ordenación del Territorio.
Universidad de Las Palmas
de Gran Canaria.

Elsa Guerra Jiménez
Arquitecta.

(*) Texto íntegro de la conferencia inaugural correspondiente al "1er Congreso Internacional sobre el Espacio Turístico" celebrado los días 3, 4 y 5 de diciembre de 2003 en Santa Cruz de Tenerife.

(*) Whole text of the opening lecture of the "1st International Congress about the Touristic Space" held in December, 3rd, 4th, and 5th, 2003; in Santa Cruz de Tenerife.

lización del turismo de masas ha conducido a unos espacios cada vez más estandarizados, donde no obstante se re-diseñan las condiciones originarias de cada lugar para producir experiencias singulares. El resultado es el de esos “otros” lugares donde transcurre la parte excepcional del tiempo, espacios contruados para satisfacer el sueño “vacacional”. Espacios donde se subrayan algunas de las cualidades propias de la cultura post-industrial, o si se prefiere post-moderna, como son la imagen, el espectáculo, el poder del mercado y la atención al visitante.

Como ha indicado Susan Fainstein y Dennis Jud, lo que ha transformado realmente a un simple viajero en un “turista” ha sido la aparición de una industria específica, que fue lo que definió, organizó y mercantilizó las “experiencias turísticas”. El turismo de masas ha arrastrado algo más que el mero movimiento de un gran volumen de personas. Este ha venido acompañado del consumo de una cadena de bienes tangibles que contiene desde objetos de recuerdo hasta alimentación, desde automóviles de alquiler hasta aeroplanos, así como instalaciones en forma de hoteles, edificios de apartamentos y centros de convenciones. Esta industria ha necesitado para su sostenimiento la creación de un gran número de nuevas ocupaciones como camareros, recepcionistas y guías turísticos. Finalmente los viajes conllevan deseo y cultura, así como productos y servicios. Sin hoteles ni cadenas de restaurantes, agencias de viajes, líneas de autobuses, áreas urbanas de valor histórico, así como un sinnúmero de atracciones, entre las que se encuentran las áreas naturales, el turismo moderno no existiría.

La crisis industrial de los setenta y el desarrollo de la “economía informacional”, puso a muchos países en disposición de invertir parte de sus esfuerzos en la industria turística. Todas las ciudades y regiones del



Cartel anunciante de los viajes de vuelta al mundo de la agencia Cook.

aspirations. Therefore tourists respond to deeply globalised patterns, but maintain their wish of singularity: the tourist consumes standardisation, but also tries to achieve “specificity”.

In this sense “the places” constitute the essence of the touristic experience. Their qualities respond to the demand of the tourist, and also express the before mentioned ambivalent expression. The globalization of the mass tourism has led us to more and more standardised spaces, where the primitive conditions of each place are re-designed in order to produce singular experiences. The results are those “other” places where that exceptional part of the time passes, places built to satisfy the “holiday” dream. Places where some qualities of the post-industrial or post-modern culture are highlighted, such as the image, the show, the power of the market and the attention to visitors.

As Susan Fainstein and Dennis Jud have said before, the element that has really turned a simple voyager into a “tourist” has been the appearing of a specific industry. That was the element that defined, organised and sold the “touristic experiences”. The mass tourism has brought something more than the simple movement of a great volume of people. The mass tourism has also brought the consumption of a chain of

tangible goods, which includes souvenirs, food and beverage, cars or aeroplanes for renting, hotels, apartments and convention bureaus. In order to be sustained this industry has needed the creation of a great number of new jobs, such as waiters, receptionists and tourist guides. Finally travelling implies desire and culture, and also products and services. Without hotels, restaurants, travel agents, bus lines, airlines, historical urban areas, attractions and natural areas, the modern concept of tourism will not exist.

The industrial crisis of the seventies and the development of the “informational economy” were the frame that eased the intervention in the touristic industry of many countries. All the regions around the world felt able of attracting part of that increasing touristic demand; therefore they used all their geographic, cultural and economic resources available.

The object was to create a new infrastructure in order to allow the introduction of the main attractions of each region in the touristic market, and it did not matter whether the attractions were “natural”, climatologic, historical, urban or monumental, sometimes the object was to create new “recreational” facilities in order to achieve such introduction in the touristic market. We all know the touristic exploitation based on the



mundo se veían con posibilidades para captar parte de aquella demanda turística en progresión y por tanto utilizaron todos los recursos de que disponían en función de sus características geográficas, culturales o económicas.

Se trataba de crear una nueva infraestructura que permitiera introducir en el mercado turístico sus principales atractivos, ya fueran estos de carácter “natural”, por sus valores climatológicos o paisajísticos; “históricos”, por sus valores urbanos y monumentales; o simplemente a partir de la creación de nuevos dispositivos de tipo “recreacional”. Es bien conocida por todos la explotación turística llevada a cabo a partir de los bienes arquitectónico-monumentales de muchas ciudades centroeuropeas, así como la utilización de las ventajas climatológicas de los países ecuatoriales o la creación de nuevos ambientes dirigidos al ocio y al esparcimiento (los llamados “parques temáticos”) en el entorno de algunas grandes metrópolis. Ninguna localidad, por limitada que ésta fuera, estaba dispuesta a renunciar a ser visitada y extraer los beneficios que de este hecho singular pudieran derivarse.

Si incluimos en el término “turismo”, no sólo aquellos movimientos que responden a iniciativas de tipo vacacional relacionadas con el ocio y el descanso, sino todas aquellos desplazamientos que no implican un cambio de residencia, a medida que la economía se globaliza y la “sociedad informacional” se consolida como modelo dominante, la industria turística se hace más y más planetaria.

El robustecimiento de los vínculos entre la población a través del trabajo compartido, la generalización de Internet, los procesos migratorios, la prevalencia del inglés como segunda lengua, así como la expansión de los temas que son de interés común, ha incrementado, en contra de lo que se podía pensar, el interés por el contacto personal. Los congresos y las convenciones internacionales, así como las reuniones ocasionales en puntos geográficamente intermedios, son cada vez más comunes y se consolidan gradualmente como

architectonic-monumental goods of many European cities, or the use of the climatologic advantages of the Equatorial countries, or the creation of new environments dedicated to leisure and recreation (the so-called theme parks) in many big cities. No region, regardless of its size, wanted to renounce to its visitors, and no region wanted to lose the economic profit generated by those visitors.

If we include in the term “touristic”, not only those movements that are an answer to those vacational initiatives related to leisure a recreation, but also any movements that not imply a change of residence, the touristic industry becomes more “planetary”, as the economy becomes globalised and the “informational society” becomes more solid.

The strengthening of the bonds established between people through the shared work, the spreading of Internet, the migratory processes, the prevalence of the English as the second language and the expression of common interest subjects have increased (on the contrary of what we could have thought) the interest for the personal contact. Congresses and international conventions, as well as occasional meetings in different places are becoming more and more common and they gradually consolidate as part of the work of the companies and as a way to share aspirations and ideas

between professionals, intellectuals and businessmen. Cities and developed regions compete in offering the best conditions for fulfilling this increasing demand. Usually it is a specialised offer that affects the big urban centres and the supporting infrastructures, such as ports, airports and great metropolitan centres of transports.

However companies not only go supranational and dynamic, but also are functionally and spatially reorganised according to the opportunities offered by each specific geographic area and thanks to the technological advances introduced by the informational economy. Each phase of the productive process (because of economic and/or labour reasons) can be located in a different place. For example the design, the producing, the assembling and the promotion of a new design product can be done in four different geographic zones. This phenomenon has increased the movement of people between the different locations implied in the aforementioned production processes.

On the other hand new touristic offers focused in the vacational leisure grow and compete. The strong competence between them forces the thematic diversification, and once again leads us to a strongly specialised touristic offer, such as the sports tourism, the nature tourism, rural tourism, health

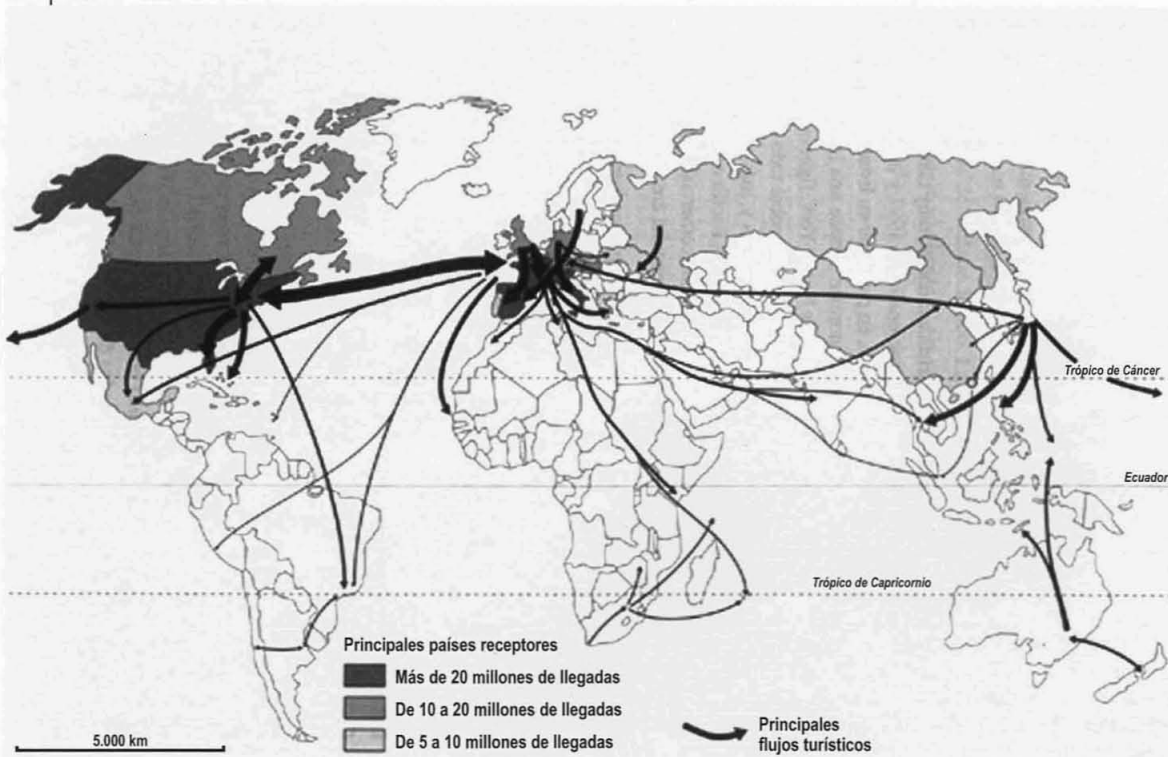
parte del trabajo de las empresas y como forma de compartir inquietudes y aspiraciones entre profesionales, intelectuales y hombres de negocios. De este modo, tanto las ciudades como las regiones más desarrolladas compiten por ofrecer las mejores condiciones para cubrir esta demanda creciente. Es generalmente una oferta muy especializada que afecta tanto a los grandes centros urbanos, como a las infraestructuras de apoyo, léase puertos, aeropuertos y grandes intercambiadores metropolitanos.

Pero las empresas no sólo se supranacionalizan y dinamizan, sino que a partir de los avances tecnológicos que introduce la economía informacional, se reorganizan funcional y espacialmente en relación con las oportunidades que ofrece cada área geográfica específica. Cada fase del proceso productivo (por razones económicas y/o laborales) puede localizarse en un lugar diferente. Por ejemplo, puede llevarse a cabo en cuatro zonas geográficas diferentes, el diseño, la fabricación, el ensamble y la promoción de un nuevo producto de diseño. Fenómeno que ha incrementado también el trasvase de la población empleada de las empresas entre las diferentes localidades implicadas en dichos procesos de producción.

Por otro lado, crecen y entran en competencia progresiva las ofertas turísticas dirigidas al ocio vacacional. La fuerte competencia entre ellas, obliga a la diversificación temática, decantándose cada vez más hacia una oferta turística de fuerte especialización, como son por ejemplo, el turismo deportivo, el turismo de la naturaleza, el turismo rural, el de la salud, etc. Un mercado muy complejo y necesariamente sistematizado, que tiene que articular intereses muy distintos provenientes tanto de las agencias de viajes, como de las compañías de transporte, las cadenas hoteleras, etc., y cuya demanda funciona gradualmente por una mezcla entre la especialización temática, el coste y la localización geográfica de cada una de las ofertas.

2. El turismo de Canarias

Una modalidad de gran interés por las especiales condiciones de su estructura territorial para el desarrollo turístico es el turismo insular. El espacio insular siempre ha sido un ámbito de gran atractivo para el desarrollo de la industria turística. De hecho, un porcentaje muy importante del turismo vacacional tiene lugar en islas de tamaño intermedio y en archipiélagos. Es particularmente relevante el llamado turismo de "sol y playa", cuyos destinos se localizan, en la mayoría de los casos, en el entorno de las áreas de clima templado.



Los grandes flujos mundiales de turismo.

La mayor parte de los emplazamientos turísticos de nueva creación, es decir, las “urbanizaciones turísticas” o los “resorts”, se corresponden con el ámbito del trópico, se localizan en archipiélagos, y en muchas ocasiones, en unidades de muy pequeña dimensión.

Así se abre una nueva discusión, puesto que los archipiélagos con dimensiones reducidas, pueden sufrir, dada la fragilidad territorial de su geografía, con la utilización abusiva de algunas operaciones a partir de la explotación turística, y lo que fue el origen de su atracción se vea disminuida o finalmente destruida por el turismo mismo. En estos casos habría que calibrar con esmero cuidado las consecuencias reales del impacto turístico sobre el territorio y valorar con rigor el índice alteración / conservación de la naturaleza en función de la importancia que la industria turística supone para cada zona.

Inicialmente el clima y una mano de obra dispuesta, permitieron a determinados productos agrícolas cultivarse en Canarias en óptimas condiciones, seleccionándose sucesivos cultivos a partir de la demanda exterior. De este modo la exportación dio lugar a los primeros contactos comerciales con Europa, acercando a las Islas a los primeros visitantes. Con la construcción y la consolidación de los puertos de Santa Cruz de Tenerife y de Las Palmas de Gran Canaria, aumentó la participación de las Islas en los circuitos comerciales internacionales, lo que intensificó las relaciones de Canarias con el mundo civilizado.

Pero a partir de los años 50, las Islas se incorporan al resto de las regiones españolas que optan sin tituberos por la explotación del litoral marítimo con fines turísticos y de ocio como base del desarrollo económico. Efectivamente, a mediados del siglo pasado, se produce el arranque de la actividad turística de las Islas, promovida por la favorable situación económica del continente europeo y las excepcionales condiciones climatológicas y paisajísticas del archipiélago. Canarias, junto a las Islas Baleares y la costa del Mediterráneo, apuestan claramente por esta actividad como motor de su desarrollo, sumándose rápidamente a las regiones turísticas líderes de un país empobrecido que ve en el turismo su tabla de salvación.

El turismo se desarrolló en las Islas Canarias como una industria autónoma pero dependiente, ocupando unas áreas del territorio hasta entonces ignoradas: la costa llana y seca, y las extensiones de dunas que bordean el litoral. Tierras calientes y soleadas donde apenas llueve, pero tierras alejadas de los antiguos cen-



tros urbanos y de las capitales insulares. Mientras la planificación del suelo y la puesta en marcha de las promociones turísticas siempre fueron impulsadas y llevadas a cabo por los privados, la administración facilitó el acceso de los turistas a las islas y de la población insular a las nuevas áreas en transformación. La “conquista del oeste” canario, significó el traslado de las áreas de actividad fuera de los centros tradicionales y la orientación de los nuevos dispositivos de movilidad y de intercambiación del transporte en esa dirección.

La industria turística se consolidó en Canarias en apenas dos décadas, añadiendo al clima y a la naturaleza de las Islas, la posibilidad de viajar a un lugar europeo, barato, cercano y seguro. El resultado es de doce millones de visitantes anuales, lo que significa que cada mes un millón de turistas se desplazan a alguna de las cuatro de las Islas de Tenerife, Gran Canaria, Fuerteventura o Lanzarote.

Pero Canarias no es sólo turismo. La población de las islas es de un millón setecientos mil habitantes, una población en crecimiento gradual debido mucho más a los procesos migratorios provenientes de las regiones próximas en crisis que de la población autóctona. Un fenómeno que afecta a muchas regiones europeas y no europeas, y que está generando posiciones duales entre los ciudadanos responsables que se preguntan como puede hacerse compatible el desgaste territorial de una población sobrevenida con la solidaridad internacional.

En pocos años la estructura territorial de las islas canarias más activas ha dado un vuelco de ciento ochenta grados. Los “sures” han pasado por su época dorada y la urbanización de todo el anillo insular se ha trasladado de las medianías a los bordes marítimos. Cada vez más, la población se localiza entre las capitales y las zona turísticas y los aeropuertos le ganan la batalla a los puertos. Todas las áreas susceptibles de urbanizar han ido siendo lenta pero progresivamente invadidas mediante un proceso de consumo compulsivo del suelo disponible acompañado un de cierto descontrol urbanístico. No sin un notable costo, social, territorial y patrimonial.

Con la consolidación de las áreas turísticas, las ciudades más importantes, Las Palmas de Gran Canaria y Santa Cruz de Tenerife, convertidas ya en centros de servicios de esa nueva economía, han sufrido la mayor transformación de su historia: su población se duplica, sus límites se diluyen, y se absorben los núcleos colindantes. De hecho, Santa Cruz y Las Palmas son ya, mas que nada, los centros de dos auténticas áreas metropolitanas.

En general podríamos deducir que el fenómeno turístico ha situado a las Islas Canarias en una posición privilegiada respecto a aquellas regiones españolas de tradición industrial que han tenido que

tourism, etc. A very complex and necessarily systematised market that has to join together many different interests, such as the interests of the travel agents, of the transport companies, of the hotels, etc. The demand in this market works gradually, and it is based on a mixture composed by the thematic specialisation, cost and geographic localisation of each one of the offers.

2. Tourism in the Canary Islands

A very interesting kind of tourism because of the special conditions of its territorial structure is the insular tourism. The insular space has always been a very attractive environment for the development of the touristic industry. In fact a very important percentage of the vacational tourism goes to middle size islands and archipelagos. It is particularly important in this context the “sun and beach” tourism, which destinations are localised in most of the cases in the warm weather areas.

Most of the new created touristic destinations, that is, most of the “touristic urbanisations” or resorts are set in tropical

environments, are localised in archipelagos, and in most of the cases, in very small geographic areas.

That is how a new debate is open, because the small archipelagos, because of the territorial fragility of their geography can suffer the abusive use of some processes of the touristic exploitation, so the thing which was the main attractive of that destination in the first place can be destroyed by the tourism itself. In these cases we should carefully calibrate the real consequences of the touristic impact on the territory, and we should rigorously evaluate the index of alteration / conservation of nature according to the role that the touristic industry is playing in each zone.

Initially the weather and an available work force allowed the optimum growth of determined agricultural products in the Canary Islands. Later on these products were selected according to the foreign demand. That is how the exportation lead to the first commercial contacts with Europe and how the first visitors came to the Canary Islands. With the building and consolidation of the ports of Santa Cruz de Tenerife and Las Palmas de Gran Canaria the participation of the Canary Islands in the commercial circuits increased, and this intensified the relationships of the Canaries with the foreign world.



pasar por el calvario de su transformación a la economía "de servicios". El turismo, en estos momentos la primera industria mundial y una de las actividades más codiciada por todas las regiones del mundo, desarrollado y no desarrollado, es el centro de la actividad económica de Canarias, lo que ha generado un incremento de su riqueza en términos absolutos como nunca se vio en las décadas precedentes, con los lógicos beneficios sobre la población en términos económicos, sociales y culturales.

Ahora bien, Canarias es una región insular, fragmentada y poliforme. La raíz volcánica de las Islas, que es fácilmente apreciable en su particular paisaje, ha dado lugar a una geomorfología de gran diversidad y complejidad, con múltiples combinaciones provocadas por su formación rocosa. En relación a su extensión, las islas contienen uno de los patrimonios naturales de mayor diversidad del mundo. En 7.500 km² se reúnen infinidad de hábitats; desde los bosques

húmedos de la laurisilva a los banales de arena propios del paisaje subdesértico. Pero ser un archipiélago de este tipo implica fragilidad, unicidad y sensación de límite. Es probablemente esa fragilidad y diversidad lo que procura mayores atractivos al archipiélago. Condición que en la actualidad provoca una de las mayores controversias entre la población autóctona. Valorar la naturaleza y preservarla para el futuro es una preocupación más o menos generalizada. Ahora bien, si además esos valores constituyen uno de los elementos básicos que dan sentido y sustento al modelo económico dominante, la preocupación se duplica.

Since the fifties the Canaries joined the rest of the Spanish regions that chose to exploit their sea shore with a touristic purpose and as base of their economic development. In the mid of the past century the touristic activity in the Canaries begins, promoted by the favourable economic situation of the European continent and the exceptional landscape and weather of the archipelago. The Canary Islands together with the Balearic Islands and the Mediterranean coast chooses this activity as its main development engine, and they quickly become part of the main touristic regions of a poor country that sees its salvation in tourism.

Tourism in the Canaries was developed as an autonomous but dependant industry and it occupied territorial areas ignored until then: the plain and dry coast and the littoral dunes. Hot and sunny lands where rain is almost a miracle, lands far from the old urban centres and far from the old insular main cities. While the ground planning and the first touristic promotions were done by private entities, the public administration eased the access of tourists to the islands, and also eased the access of the insular population to the new areas in constant transformation. The conquest of these territories of the Canaries meant the movement of the activity areas out of the

traditional centres and the orientation of the new transports to the touristic activity.

The touristic industry was consolidated in the Canaries in hardly two decades, because their touristic offer gave not only good weather and insular nature, but also the possibility of travelling to a cheap, near and safe European place. The result is that twelve million people travel every year to the islands, and this means that a million tourists travel monthly to one of these tour islands: Tenerife, Gran Canaria, Fuerteventura or Lanzarote.

However the Canary Islands are not only tourism. The population of the islands reaches up to one million seven hundred thousand inhabitants, and this population is gradually increasing because of the migratory processes of the near regions, more than because of the own Canarian population. This phenomenon affects many European and non European regions and is creating a dual attitude in the responsible citizens, who wonder how the territorial erosion of an overloaded population can be compatible with the international solidarity.

In a few years the most active territorial structure of the Canary Islands has been turned upside down. The south parts of the islands have finished their good times and the

3. Canarias en la encrucijada turística

El archipiélago de las Islas Canarias es en este momento una región sometida a una profunda sacudida social en relación con su futuro urbanístico: tanto el modelo económico como la estructura del espacio turístico, parecen estar ahora sobre la mesa de las grandes discusiones. La normativa urbanística desarrollada por la administración pública canaria en los últimos años y los foros de discusión que sobre el tema se han llevado a cabo, así lo atestiguan. Estamos probablemente en el momento adecuado para reflexionar sobre el fenómeno turístico y sus consecuencias sobre el espacio territorial.

Hay que ser sin embargo muy cautos al establecer relaciones causales inmediatas entre el turismo como actividad económica central y las formas dominantes de ocupación del territorio en Canarias, puesto que aquellas puede apoyarse en hipótesis muy precipitadas y fáciles. Tanto la ausencia en nuestro territorio de una estructura urbana claramente legible, como la dispersión y des-estructuración del crecimiento residencial, son fenómenos generales propios de la contemporaneidad, que se dan en todas las sociedades: desarrolladas y no desarrolladas, turísticas y no turísticas. No parece tener demasiado sustento científico hacer responsable al fenómeno turístico de los males de las tendencias actuales de la urbanización, ni en relación con el consumo de suelo, ni con los recursos naturales de las islas en toda su extensión. Otra cosa es que algunas intervenciones urbanísticas con fines turísticos se hayan llevado a cabo con menoscabo de valores naturales y paisajísticos perfectamente objetivables.

Tampoco parece aceptable, en un foro como en el que nos encontramos, asumir simple y llanamente el descrédito irreflexivo y coloquial del espacio turístico canario, puesto que éste, como trataremos de ver aquí, y como puede constatarse en múltiples intervenciones llevadas a cabo en otras latitudes, puede estar muy condicionado por las exigencias de la propia industria. Tampoco se puede reducir el patrimonio cultural canario a los espacios naturales y rurales exclusivamente, puesto que eso conlleva una interpretación reductiva y nostálgica del concepto de cultura. El espacio turístico, a pesar de las críticas a que puede ser sometido desde multitud de angulaciones disciplinares, también forma parte ya del patrimonio cultural de Canarias.

Por tanto, participamos de la inercia general de proponerse regular de modo más eficaz el espacio turístico construido y a construir, como, de hecho, ya se está haciendo. Sin embargo echamos de menos una interpretación más contrastada por la comunidad especializada del fenómeno turístico canario y sus efectos espaciales. No son suficientes los esfuerzos puntuales, como puede ser, por ejemplo, este congreso, u otras iniciativas colectivas o individuales llevadas a cabo sin una voluntad institucional previamente

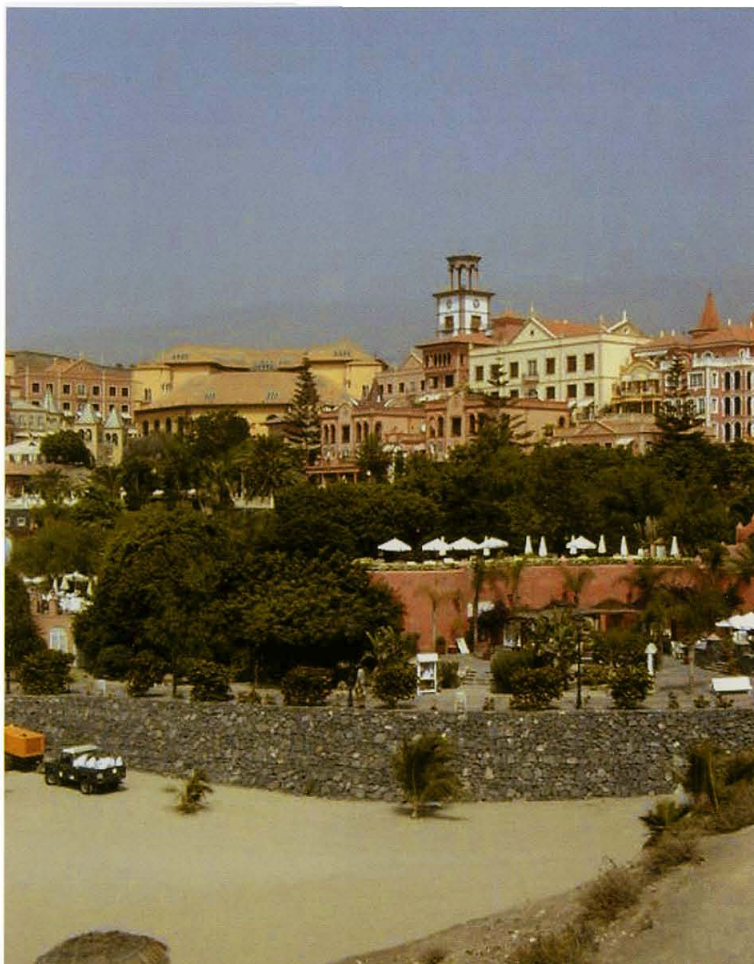
urbanisation of the whole insular ring has moved from the middle of the islands to the maritime littorals. Everyday more population is localised between the main cities and the touristic zones, and the airports are winning the battle against the ports. All the areas able to be urbanised have been slowly but progressively invaded by means of a process of compulsive consumption of the available ground together with a certain urban disorder, with consequent high social territorial and patrimonial cost.

With the consolidation of the touristic areas the main cities, that is, Las Palmas de Gran Canaria and Santa Cruz de Tenerife, turned into services centres of that new economy, have suffered the biggest transformation of their history: their population has been duplicated, their borders have been dissolved and the nearest zones have been absorbed by those main cities. In fact Santa Cruz and Las Palmas are now more than ever the centres of two real metropolitan areas.

We could deduct that the touristic phenomenon has set the Canary Islands in a privileged place if we compare them with those Spanish regions of industrial tradition that were forced to suffer their adaptation to the "economy of services". Nowadays tourism, the first industry of the world and one of the most solicited activities in every region of the developed

and undeveloped countries, is the centre of the economic activity of the Canaries, and has generated an unprecedented increase of their wealth in absolute terms. Therefore the population of the Canaries have received economic, social and cultural benefits derived from tourism.

However the Canary Islands form a fragmented and polymorphic insular region. The volcanic roots of the islands have created a very diverse and complex geomorphology, with multiple combinations because of its rocky formation. According to their extension the islands contain one of the most diverse world natural patrimonies. In about 7,500 km² endless habitats are joined; we can find from humid forests of "laurisilva" (laurel forests), to sand terraces that we only find in sub-desert landscapes. However the fact of being an archipelago of these characteristics implies fragility, unity and a feeling of limitation. Probably such fragility and diversity are two of the main attractions of the archipelago, and this condition nowadays provokes one of the biggest controversies among the Canarian population. The valuation of nature and its future preservation is a generalised worrying question. However this worry is duplicated if those two values constitute one of the basic elements that give sense and sustain the dominant economic model.



definida y programada. Es necesario crear estructuras permanentes dedicadas exclusivamente a descubrir las claves de este fenómeno tan complejo, tan globalizado y tan contemporaneizado, para comprender mejor sus consecuencias en el territorio insular.

Tenemos un extenso laboratorio prácticamente sin estrenar en cada una de las siete islas. Las Américas, Maspalomas, Puerto del Carmen, etc., son todos artefactos extensos y complejos, contruidos rápida pero no fácilmente a través, es cierto, de procesos tensionados por la ambición y por la urgencia, pero que han cumplido una función que exigía grandes dosis de reflejos y de inventiva. Espacios rápidamente producidos y rápidamente consumidos y por tanto espacios prematuramente envejecidos. Urbanizaciones levantadas a la usanza de los antiguos colonizadores, es decir en medio del desierto y sin capacitación, sin infraestructuras y sin los medios imprescindibles.

Finalmente, queremos objetivar, si es que esto es todavía posible, el significado del fenómeno turístico en Canarias. Queremos quedarnos fuera de las posiciones maniqueas y reductivas, tan proclives a las explicaciones simplistas y al catastrofismo. Queremos dar un paso más en la comprensión de un fenómeno que ha estado en la base de la formación de esta sociedad durante al menos los últimos cuarenta años. Y queremos que se haga a través de lo que es más aprehensible: el espacio construido, antes de que todo lo sólido se desvanezca definitivamente en el aire.

3. The Canary Islands in the Touristic Crossroad

The archipelago of the Canary Islands is nowadays a region that is suffering a deep social convulsion because of its urban future: not only the economic model, but also the structure of the touristic space seem to be two of the biggest discussion subjects of the moment. The urban regulations developed by the public administration of the Canaries in the last few years and the discussion forums that have been held about the subject are the main proof of that. We are probably in the perfect moment for starting a discussion about the touristic phenomenon and its consequences on the territorial space. However we must be careful in the establishment of immediate causal relationships between the tourism, as the main economic activity, and the dominant ways of territorial occupation in the Canaries, because such relationships can be supported by easy and too-fast-formed hypothesis. The lack of a clearly legible urban structure in our territory and the dispersion and lack of structure of the residential growth are widely spread phenomena characteristic of the modern times which can be found in developed and undeveloped, touristic and non touristic societies. It does not seem to have too much scientific sense to make the touristic fact responsible for all the problems of the

modern urbanisation trends, neither for the consumption of the ground, nor for the consumption of the natural resources of the islands. It does not mean that some of the urban interventions have been done without thinking about the landscape and nature, which are perfectly measurable specific values. It also seems unacceptable to simply assume the non reflexive and colloquial discredit of the touristic Canarian space, because as we would try to explain here, and as we have seen in many interventions in other regions, it can be really conditioned by the exigencies of the own industry. We also cannot reduce the cultural Canarian patrimony to the natural and rural spaces exclusively, because this implies a reductive and nostalgic interpretation of the concept of culture. Despite of the critics, the touristic space can be studied from many different disciplinal angles and is also part of the cultural patrimony of the Canaries. Therefore we participate in the general inertia of proposing a more efficient way of ordering the built touristic space, and a more efficient way of building, as it is being done nowadays. However we miss an interpretation more contrasted by the community specialised in the Canarian touristic phenomenon and its spatial effects. Punctual efforts such as this congress are not enough, nor collective or individual initiatives taken

Bibliografía

- Ashworth, G.** y **Dietvorst, A.** (1995): *Tourism and Spatial Transformations* Wallingford
- Ashworth, Gregory J.** y **Tunbridge, J. E.** (2000): *The Tourist-Historic City: Retrospect and Prospect of Managing the Heritage City*. Pergamon (P).
- Casariago, J.** y **Guerra, E.** (2002): "Efectos Espaciales del Turismo en las Pequeñas Comunidades Insulares. El Caso de las Islas Canarias" en *La Construcción del Espacio Turístico*. ETSA de Las Palmas de Gran Canaria.

- Castells, Manuel** (1996): *La Era de la Información I,II y III* . Alianza Editorial.
- Cazes, Georges** (1999): *Fondement pour une Geographie du Tourisme*. Breal.
- Gunn, Clare** y **Var, Turgut** (2002): *Turism Planning. Basics, Concepts, Cases*. Spon Press.
- Judd, Dennis R.** y **Fainstein, Susan S.** (1999): *The Tourist City*. Yale University Press.
- Sassen, Saskia** (1991): *The Global City. New York, London Tokio*. Princeton University Press.
- Urry, John** (2001): *The Tourist Gaze*. SAGE.

without a previously programmed and defined institutional will. It is necessary to create permanent structures devoted to the discovering of the keys of this modern and complex phenomenon, in order to understand better its consequences in the insular territory.

We have a wide laboratory almost untouched in each of the seven islands. Las Américas, Maspalomas, Puerto del Carmen... are wide and complex objects quickly, but not easily built by means of processes promoted by ambition and urgency, which have accomplished a function that required great doses of reflex and inventive. Quickly produced and consumed spaces, therefore premature aged spaces. Urbanisations built as the old colonies, that is, in the middle of the desert without any infrastructures or facilities and without the basic means.

Finally if we still can we want to subject the meaning of the touristic phenomenon in then Canaries. We want to be out of the Manichaeism and reductive attitudes, so near of the easy explanations and so near of the catastrophist. We want to take another step in the understanding of a phenomenon that has been in the base of the formation of this society in the last forty years. And we want to do that through the most apprehensible thing: the built space, before everything that is solid vanishes completely in thin air.

Bibliography

- Ashworth, G.** and **Dietvorst, A.** (1995): *Tourism and Spatial Transformations* Wallingford.
- Ashworth, Gregory J.** and **Tunbridge, J. E.** (2000): *The Tourist-Historic City: Retrospect and Prospect of Managing the Heritage City*. Pergamon (P).
- Casariago, J.** and **Guerra E.** (2002): "Efectos Espaciales del Turismo en las Pequeñas Comunidades Insulares. El Caso de las Islas Canarias" in *La Construcción del Espacio Turístico*. Technical Superior School of Architecture of Las Palmas de Gran Canaria.
- Castells, Manuel** (1996): *La Era de la Información I,II y III* . Alianza Editorial.
- Cazes, Georges** (1999): *Fondement pour une Geographie du Tourisme*. Breal.
- Gunn, Clare** and **Var, Turgut** (2002): *Turism Planning. Basics, Concepts, Cases*. Spon Press
- Judd, Dennis R.** and **Fainstein, Susan S.** (1999): *The Tourist City*. Yale University Press.
- Sassen, Saskia** (1991): *The Global City. New York, London Tokio*. Princeton University Press.
- Urry, John** (2001): *The Tourist Gaze*. SAGE.