

Sociedades y territorios de la España turística tradicional. Una reflexión desde Andalucía hacia el futuro.

J. F. Ojeda Rivera

Prof. Titular de Análisis Geográfico Regional
Universidad de Sevilla

INTRODUCCION

El objetivo de estas páginas es presentar el **marco histórico** en el que se ha desenvuelto el fenómeno las **implicaciones sociales y territoriales** que dicha actividad -concretada en litorales, parques naturales y sierras- ha ido teniendo a lo largo del tiempo y mantiene en la actualidad.

La crisis actual del turismo en España y la necesaria reconversión del sector, obliga a los analistas del tema a mirar hacia adelante buscando las bases de un futuro digno y estable para el mismo. Por ello podría pensarse **a priori** que este recurso a la historia no constituye más que un acto intelectual y estético. No deben ser consideradas así las páginas siguientes, sino más bien como un mirar atrás para descubrir las causas de tal situación actual, así como los elementos y principios que puedan ser rechazados o asumidos a la hora de establecer aquellas bases futuras.

Buscar las claves de la historia del turismo parece, además, una fórmula ideal para conseguir superar una visión excesivamente coyunturalista del fenómeno turístico e ir transformándolo en un hecho **cultural** -acumulador de experiencias- **consolidado** -menos dependiente de factores estacionales o momentáneos- y **estructuralmente productivo** -tanto a niveles económicos como sociales-.

1. CONCEPTO Y EVOLUCION DEL FENOMENO TURISTICO.

Uno de los fenómenos más característicos de la época ilustrada (s. XVIII) es la institucionalización del llamado "Grand Tour" o viaje de los jóvenes a

distintos países europeos como parte de su formación académica. Del nombre de este viaje didáctico dieciochesco, parece derivarse por degeneración nuestro actual vocablo de "**turista**" (LLEO, V., 1984).

Dicha palabra concreta tiene sus orígenes en gran Bretaña, donde comienza a usarse hacia finales del siglo XVIII, aunque queda registrada por primera vez en 1800, según The Shorter Oxford English Dictionary, para designar a una persona que realiza un viaje de carácter recreativo, por motivos culturales o de placer. La actividades que realizan los turistas será denominada "**turismo**", y su aparición como término identificable con esa función data de 1.811 y tiene un origen igualmente británico (DIAZ, J. R., 1987).

Teniendo en cuenta lo anterior, así como la fecha de 1851 -año de creación de la primera agencia de viajes ("Thomas Cook and Son")- pueden establecerse las siguientes grandes etapas evolutivas del fenómeno turístico tradicional:

- a.- Etapa **inicial o "preturística"**, en la que domina la emulación de las clases privilegiadas del Antiguo Régimen. (Ilustración y Romanticismo).
- b.- Etapa del **turismo tradicional selecto** o elitista (mitad del XIX-mitad del XX).
- c.- Etapa del **turismo tradicional masivo** (segunda mitad del XX).

Dado que todo viaje implica socialmente a unos viajeros, unos guías o conductores y unas poblaciones receptoras y territorialmente a unas rutas y/ o a unos centros de acogida, pasemos a desarrollar los marcos en que se desenvuelven las anteriores etapas, destacando el papel de los agentes sociales y de los elementos territoriales implicados en cada una de ellas.

2. ETAPA INICIAL O "PRE-TURISTICA"

En una sociedad tradicional precapitalista o inicialmente capitalista, el puro placer no constituía una justificación suficiente para efectuar cualquier viaje. Eran necesarias, o al menos debían ser esgrimidas, razones de otra índole que justificaran tanto personal como socialmente el hecho de viajar.

Razones explícitamente científicas -conocimiento del mundo y de nuevas especies vegetales o animales- e implícitamente económicas -dominio o

territorialización de nuevos espacios- justifican los viajes de descubrimiento o exploraciones auspiciados por gobiernos y sociedades geográficas. Razones religiosas han existido desde muy antiguo para peregrinar a santuarios (el camino de Santiago, el viaje a la Meca...). Y razones sanitarias necesitaron argumentar los primeros burgueses que se atrevieron a veranear en las sierras -balnearios medicinales- o en el mar -cualidades curativas del yodo y la sal-. Entre todas aquellas posibles razones, existía una que merece especial atención, por su carácter generalizado y por su importancia cualitativa: **la educativa o didáctica.**

El viaje había constituido un instrumento a veces usado en el proceso educativo de los jóvenes nobles desde fines de la Edad Media y durante todo el Renacimiento. Importantes creaciones literarias y cinematográficas se apoyan en este tipo de viaje como marco referencial, bastenos citar aquí a dos conocidos ejemplo: La novela de Umberto Eco, "El nombre de la rosa" y el film de John Ford, "Paseo por el amor y la muerte".

Pero será el **mundo de la Ilustración** dieciochesca el que institucionalice el ya mencionado "**Grand Tour**" como parte fundamental de la formación académica de los jóvenes ingleses y franceses, ya que constituía el complemento armónico y vivencial de las enseñanzas previamente recibidas. Este "Grand Tour" solía comprender Francia, Suiza e Italia cuando el viajero era inglés y Suiza, Italia y Alemania cuando era francés. Con una intención puramente didáctica, eran estos unos viajes "filosóficos", como contrapunto de una educación "filosófica" (LLEO, V., 1984).

En tales circunstancias, parece lógico que -durante la primera mitad del siglo XVIII- España quedara excluida del circuito ilustrado al no encajar en el "**cosmos ordenado**" de la Ilustración (elegante, culto, acaudalado, de gente bien, bastante exigente en materias viarias y de confort). Este país había perdido el tren de la historia durante el siglo XVII y acababa de salir de una importante guerra civil. Ello dió lugar a que algunos viajeros que se habían aventurado a visitarlo (T. Scott, W. Lightgow, E. Clarke o J. Tounsand) e incluso los "grandes oráculos" del siglo que no habían cruzado los Pirineos (Montesquieu y Voltaire)-elaborasen una imagen tópica de la decadente España, cuyas características, según LAVAUR, L. (1985), son las siguientes:

- Aislamiento cultural y paisajístico ("on voyage en Espagne comme dans le déserts de l'Arabie". Voltaire).

- Total insuficiencia del sistema de transporte por carreteras y de alojamientos (las primeras "sillas de postas" o carruajes y de alquiler con servicios de tiro o de cambio de caballería garantizados, no se establecieron hasta 1739, y únicamente desde Madrid a los Reales Sitios).

- Antipatía hacia lo español (el pueblo es considerado como fanáticamente religioso, intolerante, indolente y cruel y la aristocracia como ignorante, vanidosa, anacrónica y "demodée". Montesquieu, Voltaire...).

- Xenofobia española frente al extranjero (malgobierno de extranjeros y continua presencia de tropas mercenarias...).

No obstante, durante la segunda mitad del siglo XVIII, parece iniciarse un nuevo camino que conduciría, a largo plazo, a la conversión de España en tierra de acogida turística y de algunas de sus regiones -especialmente Andalucía- en auténticos "paraísos" del turista burgués europeo. Este despertar hay que ponerlo en relación, sin duda, con las importantes reformas de las infraestructuras viarias, sanitarias y de alojamiento acometidas en los reinados de Fernando VI y Carlos III.

Pero además de aquellos cambios infraestructurales, a comienzos del siglo XIX irá transformándose también la visión negativa de España forjada por los Ilustrados europeos, en la misma medida en que los ideales de la Ilustración irán dejando paso a los del **Romanticismo**, como ha puesto en evidencia magistralmente el profesor V. Lleó a quien se sigue aquí literalmente en sus apreciaciones.

El romántico mira al mundo no desde una posición ética, como el ilustrado, sino eminentemente estética. El proceso de igualación de costumbres y de paisajes que estaba generando en la Europa más avanzada el triunfo de la razón y de la revolución industrial, conduce a una mayor valoración por parte de los europeos más pudientes de los **excepcional, lo original y primitivo**.

El nuevo siglo se inicia, además, con la invasión napoleónica de España -300.000 franceses y muchos miles de ingleses cruzan las fronteras españolas- que hace pasar a este país a primer plano de la actualidad europea. El saqueo sistemático de las tropas napoleónicas hace que el arte español se conozca en Europa. El efecto combinado del descubrimiento de España y de su arte

será fulminante: las "cosas de España" se ponen de moda y la Península Ibérica se convierte en la meta señalada del Grand Tour romántico. (LLEO, V., 1984).

Y España se identifica con Andalucía, que se convierte en el sueño de todos los viajeros románticos desde Disraelí a Delacroix y de Byron a Merimée. Para la imaginación romántica, Andalucía llegará a asumir un papel similar al que en nuestro mundo contaminado desempeñan las reservas ecológicas: **un paraíso nostálgicamente perdido**. Hay una urgencia en los textos de los viajeros y en sus grabados por recoger detalles y aspectos de la Andalucía "auténtica" -fiestas populares, rincones pintorescos, trajes regionales...- que solo se comprende por la conciencia de una amenaza que se cierne: la del efecto nivelador del progreso, de la modernidad.

La vuelta a los orígenes, la búsqueda de las raíces se convierte en una obsesión de los ciudadanos europeos más selectos, que no dudan en mitificar ciertos lugares todavía no industrializados y ciertos tipos sociales marginales, relacionándolos directamente con el pasado clásico, a través de leyendas fundacionales o de nacimiento del héroe (RANK, O., 1981). De esta forma, los libros de viaje, la elaboración poética de algunos mitos concretos -Carmen, D. Juan...- y las litografías de Granada, Ronda, Córdoba, Sevilla y otras ciudades y paisajes serranos andaluces contribuyeron decisivamente a elaborar una visión fabulosa de Andalucía. Sus autores pueden ser considerados como los guías o conductores indirectos del romántico viajero, cumpliendo el papel del tradicional "magister" acompañante, de quien el programa práctico de aprendizaje romántico puede prescindir al ser más libre que el programa académico ilustrado y más creativo y aventurero que el medieval o el renacentista.

El otro elemento social implicado en estos viajes turísticos es la población receptora. Su análisis nos obliga a responder a los siguientes interrogantes: ¿Qué papel jugaron en todo este proceso las poblaciones autóctonas? ¿Fueron objeto pasivo de la inquietud y la sensibilidad romántica que proyectaban sobre ellos sus ansias de evasión o reaccionaron rechazando una visión tópica y estereotipada de sí mismos?

En relación con Andalucía, puede decirse que aquellos andaluces fueron tomando conciencia de sí mismos, de su peculiaridad, de su diferencia, justamente en la medida en que se vieron reflejados míticamente por la sensibilidad romántica. De tal forma que aquellos poetas, viajeros y artistas extranjeros

supieron dar forma y expresión a "lo andaluz", otorgándole una identidad de la que aún hoy sigue nutriéndose.

Se produce, pues, en aquellos momentos un típico mecanismo colonial de "ida y vuelta" consistente en crear desde el exterior una imagen mitificada de un territorio y una sociedad, que llega a ser asumida por los autóctonos hasta el punto de adoptarla como propia y convertirla en sus señas sociales y territoriales de identidad. En virtud de tal mecanismo, Andalucía se identifica con España y los elementos más característicos de costumbrismo andaluz - el apego a los viejos usos, a las tradiciones, a un pasado patriarcal e idílico- constituirán el horizonte ideológico del pensamiento reaccionario español y servirán de acicate en aquellas regiones españolas más gravemente atacadas por el virus nivelador de la modernidad. Así, durante la segunda mitad del XIX florecen por toda España las sociedades dedicadas al estudio del folklore, de las lenguas vernáculas, de las historias locales, fenómenos que se explican enmarcados en esta búsqueda apasionada de "lo español", entendido como diversidad y singularidad.

Con la creación de su imagen mítica, el viajero romántico actuó, pues, como un revulsivo, contribuyendo -aunque en algunos casos fuese por reacción- a crear en el pueblo español una mayor conciencia de su pasado y su presente, complicando y enriqueciendo el esquema interpretativo excesivamente simple y lineal de los ilustrados. Para bien o mal, "lo español" como conciencia de diversidad quedará incorporado a partir de ahora al debate interno del país en todas sus facetas: política, artística, literaria o filosófica (LLEO, V., 1984).

3. ETAPA DEL TURISMO TRADICIONAL SELECTO O ELITISTA. (FINES DEL S. XIX Y PRIMERA MITAD DEL XX).

Aquella imagen de España creada por los primeros románticos es exportada a Europa por medio de sus libros de viaje, que -como se ha dicho- constituirán las primeras "guías turísticas" de este país, ejerciendo un papel de atracción hacia el mismo.

Pero no debe olvidarse el contexto histórico en el que queda concretada esta etapa que hemos denominado de turismo selecto o elitista: la Restauración Monárquica Española (1876-1917). Desde 1875, la aristocracia y los grandes

propietarios respiran con alivio porque se acaba de salir de la pesadilla del sexenio revolucionario, los empresarios buscan, en la conciliación con el poder político, un período de paz para sus negocios... la restauración monárquica y la constitución de 1876 dan nacimiento a un centro de poder que, formalmente, es una ecuación corona-cortes y realmente una estructuración conservadora del poder en manos de los grupos situados en la cima de la sociedad y tradicionalmente dominantes... (TUÑÓN DE LARA, M., 1972).

En tal contexto es explicable que la burguesía española, espoleada por las doctrinas que identifican el progreso con producción y modernidad, y afianzada por el proceso desamortizador, se atreva a experimentar agronómica y forestalmente y a vigorizar la industrialización del país, que había quedado frenada en el sexenio revolucionario (1868-1874), tras unos inicios sólidos durante los doce o trece años anteriores. Asimismo, los miembros más altos de esta clase que asciende en poderío económico, empiezan a buscarse justificaciones para convertirse en turistas, emulando con ello a la nobleza tradicional que, según las apreciaciones de Tuñón de Lara, es la que sigue manteniendo la hegemonía ideológica durante todo este período.

Todas aquellas actividades irán dejando sus importantes huellas en los paisajes españoles, tanto rurales (roturaciones de baldíos y matorrales, aparición de nuevos espacios cultivados y forestales, especialización subregional de cultivos...), como urbanos (ampliaciones de las ciudades, ensanches, avances salubristas...) e industriales (nuevas factorías y creación de una red de ferrocarriles). El ferrocarril será precisamente el gran cómplice del turismo de clase durante esta etapa.

Las mencionadas transformaciones se unen a aquellas "guías turísticas" y al ferrocarril para convertirse en los primitivos inductores de una actividad turística más organizada o planificada. La creación, por otra parte, de las primeras agencias de viajes colaborará también a hacer desaparecer la componente aventurera que habían tenido los viajes hasta el momento, estableciéndose las bases del turismo moderno. Aquellos privilegiados primeros turistas se sentirán atraídos por los **balnearios y lujosos centros de salud** y por la **visita a las ciudades** más típicamente representativas de lo "español" (Madrid, Sevilla, Córdoba, Granada, Ronda...).

No obstante, la preocupación científica y didáctica continua también acompañando a cierto tipo de viajero. **La naturaleza** sigue ejerciendo su gran atractivo

no sólo para el viajero romántico extranjero que busca el paisaje vertical y exótico, sino también para ciertas capas burguesas e intelectuales españolas preocupadas por su conocimiento y por su función esencial en el proceso educativo de la juventud.

Todas estas realidades y preocupaciones no pueden quedar alejadas de **la gestión política**. Así, de forma más o menos consciente, España irá contando con unos instrumentos de planificación y ordenación legal y territorial, así como con unos órganos de gestión de su política turística desde principios del actual siglo: En 1905, se crea una Comisión Nacional de Turismo, integrada en el Mº de Fomento. En 1911, se crea una Comisaría Regia, con rango superior a la anterior Comisión. En 1916, se crean los primeros Parques Nacionales.

En este marco, van a analizarse con más detenimiento dos de aquellas facetas del turismo a las que se ha hecho referencia: la balnearia y la naturalística.

3.1. Los inicios del turismo balneario litoral.

Tanto la vieja aristocracia europea y española, como las capas más altas de la burguesía buscan el **sol en invierno**. Pronto destaca como lugar preferido de la aristocracia europea la Costa Azul francesa. En España la misma monarquía se convierte en promotora de la imagen turística de las ciudades balnearias del Cantábrico (S. Sebastián, Santander), no siendo ajena al auge balneario de una ciudad andaluza, vinculada al Guadalquivir y a Doñana (Sanlúcar de Barrameda).

En este mismo apartado de turismo balneario elitista, pero con **carácter más estival**, habría que mencionar los orígenes del turismo litoral catalán y mallorquín, vinculados a escritores, artistas, músicos europeos y españoles.

Emulando las costumbres de aquellas altas esferas sociales, se inicia también un turismo litoral balneario en las costas levantinas y andaluzas, que tiene a su vez un carácter selectivo, en cuanto que afecta a los **grande propietarios agrarios** de los núcleos cercanos al litoral, que sienten la atracción del verano en un lugar de fácil acceso -chozas de Torrevieja (VERA, J. F., 1984) y costa de Huelva (FOURNEAU, F., 1979 y OJEDA, J. F., 1987):

La evolución de este último tipo de veraneo tradicional estaba determinada, en gran parte, por las condiciones de la economía agraria en los referidos

núcleos, hasta el punto de que los mejores campañas agrícolas iban indefectiblemente unidas a buenas temporadas de veraneo. No obstante tales colonias veraniegas selectas -cuyo período de auge puede cifrarse hasta la guerra civil- no sólo estaban compuestas por grandes terratenientes, sino también por algunos industriales, comerciantes y profesionales liberales.

Sería reseñable aquí también la existencia de ciertas "colonias estivales" originadas por la presencia de grupos de **extranjeros residentes**, habitual o coyunturalmente, en España -ingleses de Riotinto en el origen de Punta Umbría- o las vinculadas en su origen con técnicos superiores de grandes obras públicas -Mazagón y los ingenieros forestales de las arenas litorales-.

A este tipo de veraneo selectivo se va uniendo, con el tiempo y en función del desarrollo de las carreteras y los medios de transporte, **el veraneo dominguero** de las clases bajas.

Resulta interesante destacar la impronta territorial de este turismo litoral tradicional que se mostraba en **armonía con el paisaje**, no sólo por su escasa masificación, sino también y sobre todo por el carácter temporal de los establecimientos de baños y casetas de mar o chozos. Aunque se comienza a notar un cambio en la concepción misma del turismo, que tiende a perder su carácter viajero y descubridor de nuevas tierras, para estabilizarse en lugares concretos durante estaciones o períodos de tiempo, sin embargo no se ha producido todavía la vinculación estrecha del fenómeno turístico con la especulación inmobiliaria, que durante tanto tiempo ha hecho perder al primero su propia identidad. Ello explica el contraste entre aquellas construcciones efímeras y las actuales formas de ocupación permanente de los "territorios turísticos" en los que la disposición anárquica de las "nuevas ciudades turísticas" constituirá la señal de identidad más evidente del turismo residencial, litoral y masificado de la segunda mitad del siglo XX.

3.2. La naturaleza y su valor turístico-pedagógico.

Naturalistas y humanistas del Renacimiento habían abierto un movimiento cultural completo, el viaje a la naturaleza, que adquirirá su máximo desarrollo en España durante los siglos XIX y primera mitad del XX. Este viaje presenta dos vertientes educativas: la del descubrimiento del aislamiento y la pobreza de los habitantes de las montañas y la de la fascinación que se experimenta ante las sierras y tierras visitadas (MARTINEZ DE PISON, E., 1984).

Vamos a contemplar dos fenómenos representativos de esta corriente turística a escala nacional: El "descubrimiento" de Doñana por Europa como lugar ideal de turismo cinegético y naturalístico y los planteamientos educativos de la Institución Libre de Enseñanza, relacionados directamente con la "salida al campo y a la naturaleza" y con la creación de los primeros Parques Nacionales de España:

- El "descubrimiento de Doñana" como territorio de turismo europeo.

A pesar de no contar con la montaña y lo vertical como componente del "paisaje romántico ideal", Doñana llega a convertirse en una de las imágenes claves de la Andalucía postromántica. En ello jugarán un papel destacado, además de los caracteres originales del cazadero, algunas individualidades de la burguesía comerciante gaditana relacionadas con el coto, al que consideran como una más de sus inversiones culturales.

La relación constante de Doñana con Sanlúcar de Barrameda Jerez-Cádiz, que había tenido su valedor más genuino durante el Antiguo régimen en la casa señorial de Medina Sidonia-Villafraña, va a estar personificada durante los últimos años del siglo XIX y primeros del XX en dos personajes anglo-gaditanos que, tras una larga trayectoria de conocimiento y uso del cazadero, escribirán dos libros que pueden ser considerados como la puesta de largo de Doñana a nivel mundial: Abel Chapman y W. Buck y sus obras "Wild Spain" (1893) y "Unexplored Spain" (1910).

Tales obras son la eclosión de la imagen romántica de Doñana, que había ido fraguándose a partir de una serie de acontecimientos relacionados todos ello con la promoción turística e investigadora que, desde mediados del XIX, había estado llevando a cabo la burguesía gaditana sobre este rincón de Andalucía: Organizan expediciones cinegético-naturalistas, invitan a Richard Ford a pasar allí unas jornadas de caza consiguiendo con ello que Doñana aparezca elogiado en el texto de dicho autor, verdadera guía turística de los Grandes Tours europeos del momento-, invitan a los reyes y a personajes famosos... (OJEDA, J. F., 1987).

Ello conduce a que, en el último cuarto del siglo XIX, ya se hubiese forjado una imagen atractiva de Doñana muy acorde con los paradigmas de naturaleza salvaje y exótica que gustaba a los románticos y, a su vez, muy en consonancia con el coleccionismo y el afán de aventuras cinegéticas que embargada a ciertas

élites de las sociedades europeas del momento. Entre 1870 y 1900 acuden a Doñana muchos coleccionistas de pieles y huevos que están a punto de aniquilar su fauna. (DUQUE, A., 1977).

La promoción de Doñana se completa durante el primer cuarto del siglo actual, cuando Alfonso XIII se convierte en asiduo visitante del cazadero, el renombrado arqueólogo alemán A. Schulten lleva a cabo allí unas expediciones arqueológicas buscando la mítica Tartessos y los arrendatarios de la caza en sus cotos establecen una ordenación muy estudiada de su mejor aprovechamiento, dividiendo el territorio en tres áreas venatorias -pinos, marismas, matorrales- cada cual con su pabellón o centro de acogida ("palacios" de Marismillas, Las Nuevas y Doñana respectivamente).

Tal vinculación con la monarquía y las élites burguesas fue una de las razones que condujeron a la declaración del coto de Doñana como finca de utilidad social, durante la II República, estando a punto de ser repartida entre los braceros de los pueblos del entorno. Precisamente la intervención de ciertas instancias gubernamentales, conocedoras del valor de sus ecosistemas y probablemente deudoras en tal conocimiento de los métodos pedagógicos de la Institución Libre de Enseñanza, recondujo aquellos planteamientos repartidores e introdujo por primera vez respecto de Doñana la idea de convertirlo en "Parque Nacional de Turismo" (junio-julio de 1936).

- La Institución Libre de Enseñanza y su relación con la naturaleza y su conservación.

Fundada en 1876 por Giner de los Ríos, la Institución Libre de Enseñanza es una organización que se proponía la realización del ideal krausista en España, a partir de una renovación educativa que afirmase la autonomía moral del individuo sobre las ruinas del dogmatismo confesional que dominaba la enseñanza oficial.

Para dicha Institución, viajar era un método de educación regeneradora, a través del cual era posible conocer y sentir directamente la naturaleza y el paisaje, residiendo en ello una de las claves fundamentales de la educación integral pretendida por el ideario regeneracionista. (ORTEGA, N., 1984. MORALES, A., 1984)

La importancia concedida a esta actitud viajera por los hombres de la Institución se relaciona con las propias características del pensamiento peda-

gógico institucionista: La educación está fundada en la intuición y la experiencia personal, el verdadero educador no es otro que el contacto con la realidad física y social.

En este proyecto educativo, los viajes de estudios por España y el extranjero, las excursiones al campo y a la montaña, las colonias escolares, las visitas a centros artísticos, políticos o económicos y las "misiones pedagógicas" -viajes para extender la cultura- constituyen elementos decisivos al hacer posible el contacto de los estudiantes con sus auténticos educadores: la naturaleza y la realidad social.

La Sierra de Guadarrama fue el gran laboratorio natural de la Institución. Allí fundarán los discípulos de Giner de los Ríos el Club Alpino Español (1908) y el Club Peñalara (1913), convirtiéndola en objeto de atención de científicos, montañeros y artistas. Pero lo más interesante es que desde allí se irradiará, por la vía del aprendizaje intelectual, un nuevo entendimiento de la naturaleza y el paisaje en el que se combinan idealismos y experiencias, razón y sentimiento y en el que el contacto directo con la belleza natural y paisajística cobra una renovada vigencia.

Las concreciones posteriores relacionadas con la conservación de ciertos espacios naturales tienen algunas raíces en el ideario institucionista, aunque por otro lado estén también entroncadas con planteamientos importados de defensa frente a las agresiones de la revolución industrial y con actitudes elitistas vinculadas a los deportes cinegéticos.

En este marco hay que entender la creación en España de los primeros Parques Nacionales (Covadonga y Ordesa, 1918), en cumplimiento de la Ley de 8 de diciembre de 1916, incorporándose este país al reducido grupo de estados europeos que contaban ya con disposiciones de esa naturaleza (Suecia, 1909; Rusia, 1912, y Suiza, 1914).

Hasta la guerra civil, la labor concreta de dos décadas de política de espacios protegidos -contradictoria a veces- se resumía en la declaración de dos parques nacionales (Covadonga y Ordesa), un sitio nacional (S. Juan de la Peña), catorce sitios naturales (Dehesa Moncayo, Ciudad encantada de Cuenca, Torcal de Antequera, Pedriza de Manzanares, Peñalara, Picacho V. de la Sierra de Cabra...) y un monumento natural (Peña del Arcipr. de Hita).

4. ETAPA DEL TURISMO TRADICIONAL MASIVO. (SEGUNDA MITAD DEL SIGLO XX).

A nivel mundial, la modificación profunda del carácter elitista del turismo decimonónico no se alcanzará hasta las primeras décadas del siglo actual, cuando comienza la socialización del fenómeno. Pero el despegue inicial sólo se produce después de que entre en vigor la legislación social de las vacaciones pagadas, acordadas como principio en la Convención nº 52 de la Organización Internacional del Trabajo, en 1936 (DIAZ, J. R., 1.987).

En España, deben ser reseñadas algunas experiencias de turismo social vigentes durante la II República, entre las que destacan el proyecto catalán de una "Ciutat de repos y vacances" (GATEPAC) en las cercanías de Barcelona y el de una "Ciudad del ocio y la prosperidad" en Madrid. También el progresivo auge del uso masivo y dominguero de las playas, al que ya antes se aludió.

No obstante, será sobre todo **después de la II Guerra Mundial** cuando la bondad manifiesta de la práctica turística en sí -sin necesidad de justificaciones explícitas- y el desarrollo de la conciencia social de las masas urbanas, van a convertir el turismo en un fenómeno de masas sin precedentes. Municipa-lidades, comités de empresas, sindicatos y asociaciones benéficas se deciden a gestionar los servicios turísticos que apetecían a las masas obreras. El desarrollo de postguerra y el sustancial incremento del poder adquisitivo de la **clase media trabajadora** en los países desarrollados son los motores primeros del actual volumen de la demanda turística.

Muchos de esos turistas europeos y americanos se van a dirigir a España para veranear (sol, playa, arena, amor...). En ello jugará un decisivo papel la circunstancia histórica que este país atraviesa durante la segunda mitad de la década de los cincuenta y el inicio de la de los sesenta:

El fracaso de la política autárquica de los años cuarenta, conduce al gobierno español a la necesidad de propiciar una apertura exterior de su economía, dentro de la cual hay que encuadrar el espectacular desarrollo del turismo desde finales de los años cincuenta.

El marco referencial de tal apertura ha sido estudiado entre otros, y en relación con el turismo, por R. Esteve Secall, quien en síntesis considera que

existen unas necesidades económicas e ideológicas que la exigían en aquellos momentos y aquella instancia concreta de la formación económico-social española (ESTEVE, R., 1.979):

- Las oleadas de huelgas de 1956 ponen en evidencia la **crisis económica** y gran parte de la oligarquía financiera opta por abrirse al exterior como última salida para llevar a cabo la renovación tecnológica industrial, única alternativa de mantenimiento de sus tasas de ganancia. Los grandes contingentes de divisas precisadas para importar los bienes de equipo necesarios para tal reconversión serían aportados por los emigrantes que salen a Europa, los turistas que comienzan a invadir el país y el flujo de inversores extranjeros propiciado por la liberalización de las normas reguladoras. El déficit de la balanza de pagos y la fuerte inflación de 1956, 57 y 58 constituyen, además, otros tantos factores externos de apertura.

- También existe una **necesidad ideológica** que presiona en favor de la apertura, cual es la de sustituir, por agotamiento y fracaso de lo económico, la ideología sostenedora de las formas autárquicas supervivientes y ligadas a una concepción del Estado protector de la integración vertical (Estado social) por una ideología más desarrollista y tecnocrática que, sin perder las esencias del país nacional-católico, buscara más coincidencias con la organización económica de los países capitalistas.

La "apertura" se convierte, pues, en el vehículo de racionalización del sistema. En realidad se produce ahora una ruptura de la "fase nacionalista" del capitalismo español, iniciada a partir del desastre de 1898, reimplantándose la línea estrictamente tributaria del mismo, la línea decimonónica. En tal reimplantación existen dos momentos claves: 1953, firma del tratado militar con U.S.A., y 1959, liberalización de la entrada de capital extranjero o apertura del mercado español a las multinacionales.

Desde 1959 a 1972 España se convierte en el país con mayor vocación turística de Europa, pasando de 4 millones de visitantes extranjeros a 10 millones en 1963, 20 en 1969 y 30 en 1972. Y, según las concepciones político-económicas dominantes y expuestas con anterioridad, la actividad turística es concebida a escala nacional como una fuente esencial de divisas, decisivas tanto para llevar a cabo la modernización del equipo industrial, como para mantener el equilibrio de la balanza de pagos. Tales supuestos conducen a

identificar turismo con "gran turismo internacional", cuya atracción se convierte en objetivo prioritario y de verdadero interés económico.

Este turismo masivo no tiene nada que ver con los anteriormente analizados ni en los tipos de agentes sociales a los que implica, ni en el tipo de organización, ni en las consecuencias territoriales. Esquemáticamente podría decirse que se trata de:

- Un **turismo autojustificado**, que no implica procesos de aprendizaje, ni necesita otra justificación explícita que no sea el propio ocio.

- Identificado con **el litoral** (mar, sol, playa) y con las "nuevas ciudades turísticas", expresiones -como ya se dijo- de su intrínseca, y no siempre deslindable, conexión con la especulación urbanística e inmobiliaria.

- **Estacional** y muy dependiente de "modas", por lo tanto coyunturalmente cambiante en el espacio geográfico utilizado.

- **No elitista o selecto**. No interesa tanto el viaje como factor de conocimiento y cultura, sino la estancia como factor de descanso y relax, asequible a todos. Ello explica el dominio de los viajes programados en vuelos charters por las agencias turísticas, así como las especiales características de la planificación cotidiana de los hoteles de playa.

- **Con importantes implicaciones sociales**, tanto desde el punto de vista económico -alto nivel de empleo estacional-, como ideológico -apertura mental y estandarización de los modos de vida-. Y con un claro y justificado **empuje estatal**, que pretende introducir al país y sobre todo a sus litorales en los circuitos comerciales del turismo internacional, a través de la promoción de centros de interés turístico (C.I.T.), la privatización del litoral, los planes de desarrollo turístico, la creación de una red de paradores nacionales... etc.

La actual situación de crisis de este modelo turístico en España, parece estar conduciendo a la inclusión del mismo en el baúl de la historia, de tal forma que habría que considerarlo como uno más de los turismos tradicionales, a pesar de que todavía -según parece- sigue siendo la industria más productiva de este país. No obstante su decadencia estructural resulta también evidente y las causas de tal situación fueron muy bien expuestas -ya en 1978- por el

sugerente análisis de las características del turismo masivo "a go-gó" efectuado por Mario GAVIRIA en su informe para el banco Mundial, publicado por la Revista Información Comercial Española, nº 52.

Dicho texto a pesar de su relativa vejez y de su tono prepotmoderno sigue constituyendo una de las reflexiones más lúcidas que se han hecho sobre el tema en España. Su relectura en estos momentos de crisis y reorganización de las bases del sector puede resultar especialmente aconsejable ya que pone en evidencia las dependencias territoriales y sociales que se han heredado de una "planificación colonial" de esta actividad turística:

* Territorios organizados para obtener coyuntural y exclusivamente las máximas plusvalías de los recursos sol/playa, sin tener en cuenta otros recursos y caracteres de los conjuntos territoriales.

* Sociedades desarraigadas de sus actividades tradicionales y espoleadas hacia un "desarrollo" basado en el empleo coyuntural (construcción/hostelería estival) o, en el mejor de los casos, en la especulación inmobiliaria.

5. SITUACION ACTUAL Y REFLEXION -DESDE ANDALUCIA- HACIA EL FUTURO.

Las últimas aproximaciones de técnicos y analistas al tema han mostrado ya una conciencia clara de la situación de recesión en que el sector se encuentra actualmente y tras el análisis detenido de la crisis del turismo y de las nuevas motivaciones de la demanda, parecen encontrar las salidas estructurales a la situación en la adjetivación específica de las nuevas ofertas (turismo deportivo, turismo verde, turismo educativo, turismo de nieve, turismo gastronómico, turismo rural...) y en la cualificación de la oferta (intervención infraestructural, integración territorial y ambiental, aminoramiento de la densidad de los aprovechamientos y aumento de las ofertas complementarias) (MARCHENA, M., 1991).

Pero, además, en Andalucía se cuenta con un reciente diagnóstico oficial de su actual situación turística y una consiguiente planificación de su futuro inmediato. El Plan Andaluz de Desarrollo Económico 1991-1994 (P.A.D.E.), elaborado por la Consejería de Economía y Hacienda y aprobado por el

Parlamento Autónomo, dedica uno de sus capítulos a tratar la problemática del sector. Allí se inicia el análisis poniendo de manifiesto el agotamiento del modelo turístico masivo o, al menos, reconociendo la disminución -desde 1990- de los ritmos explosivos de crecimiento de la demanda turística extranjera hacia la región.

"La perspectiva española y andaluza convergen -sigue diagnosticando el P.A.D.E.- en la identificación de los conflictos en los sistemas turísticos respectivos: desequilibrios entre oferta y demanda, marcada estacionalidad, concentración espacial de los flujos turísticos, polarización de las motivaciones en sol y playa, pérdida de competitividad relativa de parte del producto turístico, deficiencias en las infraestructuras y los servicios públicos, y deterioro territorial y medioambiental de la imagen urbana y del espacio turístico en general..." (P.A.D.E., 1991).

Pero esta identificación de conflictos produce en los planificadores oficiales del sector turístico andaluz tal grado de perplejidad e impotencia práctica a la hora de efectuar la prospectiva global positiva y útil que todo documento político parece exigir, que llegan al siguiente nivel de sinceridad: "Así pues, la única forma útil de planificar, en un escenario de incertidumbre como el actual, es la de transmitir señales de certidumbre desde la Administración Pública, consensuadamente con el tejido empresarial. En este contexto, y cara al futuro, el problema radica en **vaticinar escenarios** para el turismo andaluz a partir de la caída de las fronteras económicas en 1993, desde la incierta situación del sector a principios de los años 90".

Los escenarios vaticinados resultan ser dos:

- El de una nueva tendencia expansiva de la demanda turística, para la cual la oferta andaluza no estaría preparada convenientemente, necesitando reconvertirse en algunos aspectos.

- El de una continuación del desvío de parte de aquella demanda hacia otros destinos turísticos que ofrecen ventajas relativas o del aumento de la competitividad de otras formas de turismo no desarrolladas aquí.

En cualquier caso, se preconiza una **reconversión** de la oferta turística andaluza conducente a ir modificando las ventajas comparativas de esta región

-variedad de recursos y oferta consolidada de alojamientos y servicios- de estáticas en dinámicas. La consecución de esta meta pasa por la enumeración de una serie de medidas estratégicas referidas a la promoción y comercialización del producto, a la adopción de los cambios tecnológicos por el sector para mejorar tanto el producto como la captación de demandas, a la regularización y normalización de las ofertas y a las necesarias inversiones sociales y financieras. Finalmente este plan de reconversión se complementa con unos instrumentos concretos, que permitirán alcanzar los objetivos propuestos.

Como muchos de los llamados "planes estratégicos" -hoy abundantes en el panorama de los análisis políticos oficiales- este plan andaluz se nos antoja excesivamente formalista, ecléctico y, aunque sincero en el diagnóstico, triunfalista en sus pretensiones. Tales consideraciones tienen, por otro lado, una cierta justificación, ya que está condicionado desde su origen por la necesidad urgente de responder a la caótica situación de muchas economías empresariales y domésticas con medidas paliativas e inmediatas. El condicionante político de la respuesta inmediata no concede, al parecer, el tiempo necesario para efectuar análisis de las causas profundas que explican la situación actual de tales actividades turísticas, pero además, la reflexión desde y para el poder político tiene la ventaja de su posible aplicabilidad inmediata, pero la desventaja de la pérdida de la libertad y el criticismo que toda reflexión científica exige.

El objetivo final de este documento no es otro que el de mostrar una cara política de futuro halagüeño para un sector económico, que se reconoce en profunda crisis actual. Para ello se pretenden ofrecer salidas airoas a estructuras que se reconocen obsoletas, aunque se carece de método tanto para establecer las causas de su obsolescencia como para mezclar objetivos, medidas e instrumentos de diferente calado y temporalización en la pretendida solución a los problemas detectados.

Como se ha intentado ir demostrando con las páginas anteriores, el viajero extranjero no se digna pisar España hasta que el paradigma romántico no pone de moda lo exótico, lo diferencial de estos territorios y estas gentes. Tal imagen, convertida en tópico y aceptada como propia por los mismos españoles, ha ido perpetuándose a lo largo del siglo XX como señuelo de la demanda turística cada día mayor. Llegó a adquirir esa imagen tal valor de cambio que se convirtió en un eslogan: ¡España es diferente!, que constituyó el motor de las más importantes plusvalías inmobiliarias y turísticas de este país durante varias décadas.

Al calor de esa imagen **se puso precio** a gran parte del litoral español, vendiéndose en parcelas y, además, fué surgiendo una tipología socio-profesional muy específica, en cuyo seno ha ido apareciendo una galería de personajes que puede abarcar desde el "señor especulador" extranjero o nacional -que aprovecha la coyuntura creada por los instrumentos normativos favorecedores del "boom turístico-inmobiliario"- hasta el llamado "desertor del arado" o el "guía listillo", que podía ser protagonista de la más clásica novela picaresca. Con esta semblanza excesivamente esperpéntica no pretendemos ofender a los magníficos profesionales del sector -que también los hay- sino poner de manifiesto el transfondo colonial del proceso que ha conducido en las últimas décadas al auge del turismo masivo litoral, así como sus esenciales carencias en cuanto a lo que puede entenderse por promocionar un desarrollo integral y estructural del territorio y de las sociedades autóctonas.

Entre los refranes de esta España diferente hay uno que reza así: "**Es propio de necios confundir el valor con el precio**". Aquí, las necesidades económicas e ideológicas de un gobierno obligatoriamente autárquico justificaron en principio -como se ha comentado en páginas anteriores- poner precio a los auténticos valores románticos de la diversidad y el exotismo. El mantenimiento, durante varias décadas, de tal actitud ha ido conduciendo inexorablemente a la pérdida progresiva de aquellos valores, vendidos a los mejores postores en pública subasta.

Pero, además, por razones de pura lógica evolutiva del mismo sistema económico mundial, en el que España ha ido cumpliendo su papel a lo largo de las últimas décadas, el hecho diferencial español fué cambiando de signo en la medida en que **este país se "estandarizaba"** como única forma de progresar productiva y competitivamente. Había que copiar los cánones territoriales y sociales de la modernidad al uso en los países más avanzados del sistema, con lo que los paisajes españoles y andaluces, singulares y variopintos, fueron tendiendo a la homogeneidad exigida por el mercado y, paralelamente, las gentes y las costumbres españolas y andaluzas iban siendo atacadas por aquel "virus homogenizador de la modernidad" al que aludía el profesor Lleó en la cita de páginas anteriores.

No obstante, este virus de fines del siglo XX era ya de segunda generación y, consiguientemente, más controlado y menos homogenizador que el de la primera revolución industrial. Triunfante durante varias centurias, el sistema

capitalista ha generado ya una serie de estrategias de control de tal virus, según las cuales sus efectos serán diferentes según sea el papel que cada espacio o sociedad afectada juegue en la división internacional del trabajo y la producción. Así, España -y Andalucía en mayor medida- ha vivido, en efecto, una etapa de crecimiento económico perfectamente constatable a partir de los índices habituales, pero muy condicionado por haber sido expresión de un modelo periférico en el contexto de la Europa desarrollada. De manera que, tal crecimiento no puede ser traducido por desarrollo integral de su territorio y estructural de su tejido social, sino que su resultado se asemeja más al **clásico crecimiento colonial**, caracterizado anteriormente cuando se citaba el texto de Gaviria.

Siguiendo los planteamientos críticos de aquel autor y de Esteve Secall entre otros de los aquí citados, debe considerarse que toda planificación del turismo o de cualquier otro sector económico, que pretenda ser operativa, debe estar precedida por un posicionamiento del planificador respecto del papel que la región a planificar juegue en el sistema económico en el que esté inmersa. Como primera aproximación a tal realidad y refiriéndonos a Andalucía, debemos afirmar que esta región es definida en el interior de la Comunidad Europea, a la que pertenece, como una clásica "**región 11**" -sobredimensionada en el sector productivo agrario, de escasa, tardía y exógena industrialización, hipertrofiada en el sector servicios...- y, como tal, es un espacio periférico de Europa que, consecuentemente, debe ser asistido desde la misma Comunidad para su reconversión.

Una vez más se está marcando desde el exterior -como en la época romántica- una imagen y un futuro de Andalucía. Ahora también habría que preguntarse: ¿Qué papel juegan los propios andaluces en este proceso reconversor? ¿Cuál es la intención última de tal proceso asistido? ¿Se pretende asistir desde Europa para conquistar y seguir asistiendo siempre? ¿Se asiste para fomentar las propias iniciativas?.

En este marco crítico de referencias y como respuesta concreta a los interrogantes aquí planteados, vamos a efectuar una reflexión interpretativa y esquemática sobre la reciente y actual historia de una de las vertientes concretas del sector turístico andaluz: "**el turismo ambiental o verde**". Incluso podremos llegar a saber -por la lógica de los procesos y no por vaticinios- cual va a ser el escenario futuro inmediato de tal turismo de la naturaleza:

a.- El origen reciente del auge de tal tipo de turismo hay que buscarlo en la urgencia de responder a una doble necesidad, como es la de dar respuesta a las exigencias de la **ideología medioambiental** -cada día más extendida en las capas urbanas de la población- y, a la vez, ofrecer cauces para una **reconversión** de actividades rurales tradicionales y de turismo masivo.

b.- Sus bases teóricas y operativas son, por una parte, el concepto de "ecodesarrollo" -escasamente elaborado pero muy socorrido- y, por la otra, la clasificación -mediante declaraciones oficiales- de ciertas áreas marginalizadas como "**espacios protegidos**".

c.- Estas últimas declaraciones pretenden -entre otros objetivos- **crear ciertas expectativas** de "turismo ambiental" sobre aquellas áreas marginales al proceso de crecimiento productivo hasta aquellos momentos y, consecuentemente, menos alteradas que sus áreas colindantes. Con ello se conseguirá -se dice- revitalizarlas social y económicamente, a la vez que -en virtud del "ecodesarrollo"- conservar sus patrimonios naturales.

d.- Tales propósitos exigen unas **intervenciones públicas** destinadas a gestionar la conservación de la naturaleza -Agencia de Medio Ambiente- y planificar el desarrollo de la zona -Instituto de Fomento Andaluz-. Para ello se cuenta, en principio, con **equipos de jóvenes profesionales o estudiantes** de la zona que constituirán escuelas-taller o crearán cooperativas de guías turísticos y elaborarán sus itinerarios y publicaciones, contando siempre y esencialmente con el apoyo de las administraciones regionales, asistidas en su tarea por **fondos europeos**.

e.- En definitiva, gracias a la financiación pública y al voluntarismo de aquellos equipos, las primeras ciertas expectativas de "turismo ambiental" pueden irse convirtiendo en **plusvalías más sustanciosas**. Es seguro, no es un vaticinio, que allí donde tal proceso suceda, el "ecodesarrollo" del área en cuestión será gestionado, vía turística, por las grandes empresas -quizás multinacionales- del sector, quedando las poblaciones autóctonas relegadas de las tomas de decisión sobre su futuro y el de su territorio. Con lo cual se cumplirá más un modelo tradicional de "desarrollo" que de "eco", demostrando que el llamado "ecodesarrollo" sólo es posible en economías muy marginales o precompetitivas, habiéndose convertido así en panacea ideológica del sistema.

Pero se habrá cumplido el fin implícito y último de todo el proceso comentado, que no es otro que el de **introducir en el mercado de valores a unos territorios** que, por razones de escasa o nula productividad agrícola, sólo tenían un valor de uso. Como ocurrió en las célebres desamortizaciones agrícolas del siglo XIX, o en la puesta en valor de los litorales durante los años sesenta de nuestra centuria, el estado se encarga de desbrozar el camino futuro de un sistema que necesita crear continua e inexorablemente.

Existe pues una poderosa razón para hablar con esta seguridad sobre lo porvenir: La lógica acumulativa del sistema económico capitalista. Pero, además, hay otro motivo que me confirma la prognosis: **La falta de iniciativa** que caracteriza actualmente a la sociedad civil andaluza, que parece haberse acostumbrado a vivir continuamente asistida desde un poder político -a su vez asistido- que sabe comprarle el voto periódicamente.

Como se prometió en la introducción de estas páginas, se ha acudido a la historia del turismo para buscar el diagnóstico causal de su situación actual, ya resulta más problemático para nosotros -visto el panorama presentado- diseñar las bases de un futuro digno y estable para el sector. Pero sí estamos seguros de que ningún futuro diseñado sin contar previamente con un diagnóstico causal pueda ser digno o estable. Nuestro diagnóstico se ha basado, como han ido comprobando, en el reconocimiento de la crisis no sólo como fenómeno coyuntural, sino como resultado estructural de un conjunto de políticas inadecuadas, aunque tal vez justificadas en sus momentos concretos. La enfermedad es crónica y grave, aunque no necesariamente mortal si se acude a sus causas y no a sólo a sus síntomas. Enfermedad, por otro lado, que no sólo afecta al sector turístico, aunque en él presente actualmente los síntomas más agudizados. Se trata de la esquizofrenia que aqueja a la sociedad española, obligada en estos momentos, por los condicionamientos del sistema económico, a ser europea y diferente a la vez.

El sector turístico, necesitado de obtener hoy "beneficios europeos" -en altos precios-, manteniendo una oferta cada vez más estandarizada en recursos, pero todavía muy diferente -por baja- en calidad, profesionalidad y garantía de servicios, resulta ser uno de los abanderados o paradigmas de dicha esquizofrenia. Y tal enfermedad no suele curarse con remedios sintomáticos e inmediatos, sino con un profundo análisis de sus raíces y unos laboriosos y largos periodos de curación planificados por profesionales pacientes, libres, inteligentes y con iniciativas.

BIBLIOGRAFIA

- DIAZ, J. R. (1987). **Geografía del Turismo**. Madrid, Ed. Síntesis.
- DUQUE, A. (1977). **El mito de Doñana**. Madrid, Mº de Educación y Ciencia.
- ESTEVE, R. (1979). "El turismo y la reinserción de España en la cadena imperialista" en **Cuadernos de Ciencias Económicas y Empresariales**, nº 4. Universidad de Málaga.
- FOURNEAU, F. (1979). "La Costa de la Luz de Huelva" en **Tourisme et Développement Regional en Andalousie**. París, Bocard.
- GAVIRIA, M. (1978). "Los procesos de decisión en la producción y consumo de espacio y tiempo turístico" en **Información Comercial Española**, nº 533, Ministerio de Comercio y Turismo, Madrid.
- JUNTA DE ANDALUCIA. (1991). **Plan Andaluz de Desarrollo Económico. 1991-1994**. Sevilla, Consejería de Economía y Hacienda.
- LAVAUR, L. (1985). "El turismo español en el siglo de la Ilustración (1715-1793)" en **Estudios Turísticos**, nº 88, Instituto de Estudios Turísticos, Madrid.
- LLEO, V. (1984). "España y los viajes románticos" en **Estudios Turísticos**, nº 83, I.E.T. Madrid.
- MARCHENA, M. (1991). "Una visión estructural del turismo para la década de los noventa (1990-2000). (Conclusiones Generales)" en **Ordenación y Desarrollo del Turismo en España y Francia**. Casa de Velázquez, Madrid.
- MARTINEZ DE PISON, E. (1984). "El viaje a la naturaleza y la educación en España" en **Estudios Turísticos**, nº 83, I.E.T. Madrid.
- NAREDO, J. M. (1987) **La economía en evolución. Historia y perspectivas de las categorías básicas del pensamiento económico**. Madrid, Siglo XXI.
- ORTEGA, N. (1984). "Conocimiento geográfico y actitud viajera en la Institución Libre de Enseñanza" en **Estudios Turísticos**, nº 83., I. E.T. Madrid.
- OJEDA, J. F. (1987). **Organización del territorio en Doñana y su entorno próximo (Almonte). Siglos XVIII-XX**. Madrid, ICONA (Monografías, 49).
- RANK, O. (1981). **El mito del nacimiento del héroe**. Barcelona, Paidós.
- TUÑÓN DE LARA, M. (1972). **Estudios sobre el siglo XIX español**.
- VERA, J. Fdo. (1984). "Mutaciones producidas por el turismo en el municipio de Torrevieja" en **Investigaciones Geográficas**, nº 2, Universidad de Alicante.

