

EL TURISMO INDUSTRIAL Y LA ESTÉTICA DE LOS PAISAJES EN DECLIVE

Joan Carles Llurdés i Coit*

Resumen: Este artículo es una reflexión sobre una actividad turística que en nuestro país está completamente ignorada, pero que, sin embargo, en otros (sobre todo en Gran Bretaña) ha conseguido un gran éxito. Efectivamente, el denominado turismo industrial y minero se presenta como una estrategia viable para unas comunidades que se han visto obligadas a realizar un gran esfuerzo de diversificación y planteamiento de otra clase de actividades económicas, una vez el anterior monopolio industrial y minero que las caracterizaba ha desaparecido. Alejado totalmente del tradicional turismo de masas, y encuadrado en un esquema alternativo del turismo, el turismo industrial y minero aprovecha estas instalaciones productivas abandonadas e intenta explotarlas de cara a la atracción de un segmento muy especializado de visitantes. Una atención particular se da a la variable del paisaje de estas comunidades (a menudo bastante contaminado), y que deja de ser visto como algo negativo y pasa a convertirse en un recurso positivo, un nuevo símbolo de identidad y de imagen, por lo peculiar y espectacular que puede llegar a ser en algunos casos, aunque no tenga los requisitos más generalmente aceptados de lo que se entiende por un paisaje hermoso, tanto desde un punto de vista estético como tradicional.

Abstract: This article is a reflection on a tourism activity in our country that is absolutely unknown, but nevertheless in others countries (specially United Kingdom) has been succesful. In effect, the industrial and mining tourism appears as a feasible strategy for some communities which has to make a great effort in order to diversify and propose other types of economic activities, once the former industrial and mining monopoly has vanished. Entirely different from mass tourism, this new tourism is possible to fit into the frame of alternative tourism, and to employ profitably the abandoned equipment and try to run them for drawing a very specialized market of visitants. Particular mention is given to the variable of landscape of these communities (often, very contaminated), which becomes now a positive resource for a new identity symbol and image, because of the particularity and spectacular of some of them, although this type of landscape has not the more generally accepted requirements of a beautiful landscape, from a aesthetic and traditional point of view.

Palabras clave/Keywords: Turismo de masas/ Mass tourism; Turismo alternativo/Alternative tourism; Turismo industrial y minero/Industrial and Mining Tourism; Paisaje/Landscape.

1. INTRODUCCIÓN

El fenómeno del turismo de masas es de sobra conocido en España, puesto que de hecho nuestro país se ha convertido en una de sus principales manifestaciones, sea en las franjas litorales o en algunas áreas de montaña. Pero las consecuencias que final-

mente este modelo turístico ha comportado son muy evidentes, tanto para las propias zonas destinatarias (en forma del pérdida de atractivo original), como para los turistas (que ven reducida su calidad en la experiencia), como consecuencia del excesivo número de visitantes que ha de soportar un destino. En el lado opuesto a esta situación,

* Joan Carles Llurdés i Coit es licenciado en Geografía por la Universidad Autónoma de Barcelona. Desde el año 1992 está incorporado al Departamento de Geografía de dicha universidad en calidad de becario del programa de Formación de Personal Investigador. Su principal línea de investigación corresponde a la del turismo relacionado con el medio ambiente. Este artículo es un extracto de la Memoria de Investigación *Les activitats turístiques de nova creació al Bages. Una estratègia de reconversió econòmica i ambiental per zones mineres en decadència*, leída en diciembre de 1993, y basada en una estancia al Departamento de Geografía del University College de Swansea (Gran Bretaña), realizada durante el primer semestre de 1993.

y en determinadas zonas alejadas de los circuitos económicos y turísticos más tradicionales, está surgiendo un nuevo modelo de turismo que ha recibido la etiqueta de “alternativo”. Este, por sus características de respeto al entorno donde se localiza y por estar destinado a unos segmentos de demanda específicos y reducidos, adopta diversas modalidades. Ahora bien, todas ellas se contemplan como actividades complementarias o secundarias en la base económica local, y, por tanto, como unas estrategias de diversificación de la fuente de ingresos de unas comunidades afectadas por etapas de recesión más o menos prolongadas. Una de estas modalidades más desconocida y asombrosa es la que en este artículo se ha denominado *Turismo industrial y minero*. Básicamente, consiste en la promoción y explotación de unas antiguas instalaciones mineras e industriales de cara a la atracción de un cierto segmento de visitantes y turistas, que mostraría un especial interés por las facetas de lo local, cultural e histórico de unos núcleos anteriormente dependientes de una explotación minera o industrial.

Un papel relevante se reserva para el paisaje, una variable reconocida como fundamental en el éxito del turismo alternativo. Esto quiere decir que aquí puede tener cabida una gran diversidad paisajística, no limitándose a aquellos entornos que comúnmente se consideran como estéticamente hermosos. Mas bien, el paisaje “minero” no responde a los cánones típicos de belleza y estética, y, por tanto, es preciso buscar el atractivo en otras direcciones, como, por ejemplo, en la espectacularidad, la peculiaridad y rareza de un determinado espacio modificado por la actividad extractiva. Así

se quiere dejar de manifiesto en los cuatro casos (tres correspondientes al Estado español y el cuarto de Gran Bretaña) que se expondrán en las siguientes páginas.

2. UNA CARACTERIZACIÓN DEL TURISMO CONVENCIONAL Y DE MASAS SEGUIDO EN ESPAÑA

Desde los años cincuenta se ha producido en nuestro país un fenómeno muy importante de intervención espacial ligado a la actividad turística. Este se ha traducido en una gran transformación en las funciones de unos territorios como consecuencia de la incorporación de una nueva función —la de espacio de ocio— y que ha alcanzado niveles espectaculares en aquellas áreas que fueron consideradas como un “recurso” para el consumo turístico). De todos es conocida la importancia que tiene el sector turístico en nuestra economía nacional, año tras año, tanto en lo que respecta al volumen de ingresos y de empleo que genera (Bote, 1992), como al prestigio que proporciona al país el continuar teniendo —después de décadas—, una de las posiciones de liderazgo en el concierto mundial. Por otra parte, sólo recientemente han empezado a manifestarse de forma destacada la preocupación por las consecuencias que el modelo turístico de masas seguido en España ha provocado, ya sea a nivel social, económico y cultural (Dirección General de Política Turística, 1993), como estrictamente ambiental. Así, lo que empezó como algo beneficioso y deseado por todos, se ha acabado por convertir en un fenómeno típico de una sociedad altamente consumista, devorador de paisa-

jes y pueblos, y basado en el desarrollo de unas infraestructuras y proyectos urbano-turísticos en zonas litorales que han modificado profundamente el paisaje local y los iniciales y pequeños núcleos costeros.

Este modelo turístico que mayoritariamente se ha seguido en nuestro país está caracterizado por lo masivo, lo estándar y lo homogéneo, y en el cual el turista busca con frecuencia aquellas experiencias que cumplan la regla de las 3 "b" de bueno, bonito y barato, o la de las 3 "s" (en inglés) de *sun* —sol—, *sand* —arena— y *sea* —mar— (Weaver, 1993). Ahora bien, la consecuencia más inmediata y directa para el propio turista, del fomento y éxito de este modelo, es que se ha popularizado y extendido en exceso, con lo que el desarrollo masivo de su oferta y demanda han acabado por generar "disfunciones" (López de Letona, 1990, pág. 44), como consecuencia del utilitarismo económico de este turismo y de la banalización que ha habido del tiempo libre y de la propia experiencia del goce turístico. De esta forma, se podría decir que de estas 3 "b", la única que se mantiene en plena vigencia es la que corresponde a "barato", mientras que las otras dos restantes se han diluido a medida que la afluencia de visitantes ha ido aumentando progresivamente.

De la misma forma, el desarrollo y difusión en los últimos años y a diversas capas de la población, del deporte de esquí y de otras actividades de montaña, ha favorecido unas determinadas áreas del interior a salir de una situación prolongada de declive socioeconómico, e iniciar con cierto éxito un proceso de desarrollo rural a través de este

turismo invernal. Ahora bien, como en el modelo anterior de turismo costero-estival, estas áreas de montaña han masificado su oferta, con la consiguiente pérdida de atractivo original propia del lugar, y de la calidad de la experiencia de disfrute del turista. Es decir, tanto en un caso como en otro, el turismo —que ha gozado de unos magníficos escenarios naturales iniciales— ha transformado el paisaje confiriéndole una dosis de artificialidad que ha sido, incongruente y finalmente, lo que ha acabado por atraer a los turistas, sin que éstos sean muy conscientes (o se muestran indiferentes) de los impactos que su actividad y su comportamiento provocan en los hábitats locales que visitan. El turista demuestra una mayor predilección por la posibilidad de practicar ciertas actividades turísticas, deportivas y de diversión, que por las características intrínsecas del lugar, a menudo ya de carácter "pseudonatural" (Oficialdegui, 1992, página 206). Tanto si se trata de un desarrollo turístico localizado en el litoral como en el interior, en ambos casos ha tenido lugar una ocupación indiscriminada e irresponsable del territorio, con una grave ausencia de un trabajo de planificación y ordenación del espacio (sea a nivel regional o local) que determine cuáles son sus mejores usos. Esta circunstancia ha implicado un fuerte impacto negativo, ya que destinar un espacio para una finalidad turística requiere de su transformación (y generalmente a causa de la misma ausencia de planificación), ésta ha comportado la pérdida (en algunas ocasiones irreversible del atractivo paisajístico, así como también de importantes factores ambientales. Por tanto, ambos modelos han obviado y marginado dos aspectos que son fundamentales para una buena explotación

turística: 1) El paisaje es el soporte físico del turismo, y que mantener unos elevados niveles de calidad ambiental es indispensable para un buen crecimiento turístico, y 2) No se ha tenido en cuenta el hecho que cuando un destino sobrepasa un determinado límite (o capacidad), resultado de una masificación o de un exceso de visitantes, automáticamente se produce un deterioro en la calidad de la experiencia turística. Es lo que frecuentemente ha sido conceptualizado como *capacidad de carga o de frecuentación* (O'Reilly, 1986; Shelby y Heberlein, 1986; Canestrelli y Costa, 1991, y Leno, 1993).

3. LA CONTRAPARTIDA AL TURISMO CONVENCIONAL Y DE MASAS. EL TURISMO ALTERNATIVO

Conjuntamente a este modelo turístico de playa y montaña coexisten unas tendencias recientes que se alejan de los rasgos de masificación, homogeneización y de fuerte impacto sobre el paisaje original, propias del anterior modelo, y que, en cambio, acentúan el interés por los espacios mejor conservados y por otra clase de atractivos más específicos (culturales, históricos, etc). Algunas de estas nuevas experiencias turísticas se manifiestan en zonas del interior que se han visto marginadas y apartadas de los circuitos económicos y turísticos tradicionales, y en donde paralelamente hay la presencia de bienes y centros de interés turístico potencialmente atractivos. La etiqueta más aceptada para englobar estas nuevas tendencias es la de *turismo alternativo*, en contraposición a la idea tradicional que mu-

cha gente en este país tiene sobre qué es hacer turismo. Son diversas las características de esta otra clase de turismo enfatizadas por diferentes autores (Kelly y Dixon, 1991; Ruiz *et al.*, 1993, y Weaver, 1993), como, por ejemplo, manifestaciones a pequeña escala y dispersas sobre el territorio que modifican poco los paisajes; un contacto más intenso con las poblaciones y los entornos locales que dan un carácter más "auténtico" a las atracciones (mejor preservadas, natural y culturalmente); un disfrute basado en la apreciación no impactante de las áreas naturales y las formas culturales del lugar; un turismo de bajo volumen de visitantes, no estacional, y dirigido a segmentos muy concretos del mercado; unas actividades que han de ser entendidas como complementarias y secundarias en la base productiva local —no monopolizadoras y dominantes—, muy diversas y heterogéneas; un aumento de la conciencia ambiental y una potenciación del valor de conservación frente a otros usos menos "conservacionistas", etc.

Este turismo simbolizaría una ruptura de los tópicos y una crítica de los modelos turísticos conocidos e hiperexplotados, una más grande comunicación de la experiencia, una complementación del simple entretenimiento con un renovado sentido cultural, y una "reeducación" del turista hacia otras formas más respetuosas de turismo, hacia el medio ambiente y social locales. Se trata, pues, de explorar unas nuevas formas de relación del hombre con la naturaleza y hábitat sociales a pequeña escala, que puedan satisfacer unas necesidades bien patentes, tanto por lo que se refiere a la demanda (búsqueda de nuevas formas de ocio y de

turismo), como por la oferta (intento de unas comunidades locales de ofrecer unos servicios y experiencias que sólo ellas pueden ofrecer).

3.1. Una modalidad desconocida del turismo alternativo. El turismo industrial y minero

Probablemente, algunas de estas nuevas tendencias turísticas ya tengan un cierto prestigio y reconocimiento en determinadas áreas de nuestro país, como, por ejemplo, el ecoturismo, el turismo cultural, el rural y el de aventura (aunque sin que a veces exista una clara diferencia entre unas y otras modalidades). Son diversos los adjetivos que acompañan esta nueva forma de concebir el turismo: alternativo, rural, verde, blando, difuso, integrado, agro, ambiental y eco (Bautista, 1992), todos ellos justamente en las antípodas de lo que ha sido el desarrollo turístico tradicional en España. En cambio, sólo recientemente se han puesto en funcionamiento (o lo pueden hacer en breve) ciertas experiencias que integran lo que podría denominarse un *turismo industrial y minero*, y que pueden enmarcarse perfectamente

instalaciones manufactureras y mineras, las colonias industriales, etc. (que han sido abandonadas como consecuencia del declive y desaparición de las actividades económicas tradicionales en algunas comunidades locales), y transformarlo en un atractivo turístico destinado a unos sectores muy específicos de demanda. En última instancia, éste es un ejemplo de lo que anteriormente se ha mencionado como la incorporación en un territorio de una nueva función económica —la turística—, que hasta ahora no había sido considerada.

En todas partes, el impacto de la actividad humana sobre el paisaje es visible, y el ser humano ha explotado siempre los recursos que ha tenido a su alcance (ha cultivado suelos, talado bosques, aprovechado fuentes de energía, extraído minerales, desarrollado sistemas de transporte, creado instalaciones industriales, etc.), así como también ha construido todo tipo de edificaciones para una diversidad de funciones (residenciales, religiosas, defensivas, conservación de obras de arte, etc.). Ahora bien, con el paso del tiempo, algunas de estas actividades y sus manifestaciones sobre el espacio

diferenciación y la especialización
dos estrategias importantes en la ges-

que serán instrumentos que pueden
de los recursos
vados
y res-
taliza-
de fo-
o. Así,
empre
asado,
arcial,
nifes-

comunicarse
continuamente con sus públicos internos y
externos. La comunicación juega un papel
que los tipos de recursos han sido con-
atención y de recursos públicos y pr-
para su conservación, rehabilitación
tauración, como, un ejemplo, de revi-
ción de unos elementos susceptibles
mentar un interés cultural y turístico
de una forma u otra, el ser humano si-
ha estado interesado en preservar el p-
aunque se trate de un interés muy p-
favoreciendo y protegiendo unas m-

taciones pero marginando por completo otras. Una muestra de esto es que tradicionalmente determinados edificios (como, por ejemplo, catedrales, iglesias, castillos, museos y palacios) han estado siempre bien considerados, y, por contra, otros tipos de restos —generalmente asociados a aquellas actividades productivas degradadoras del paisaje—, no han tenido este mismo prestigio, motivo por el cual, fábricas, zonas portuarias, instalaciones mineras y todos sus entornos espaciales son ignorados una vez han sido abandonados. Los factores de la percepción del individuo y del gusto estético han jugado un papel fundamental en la estimación o no de unos restos históricos. Si bien el sentido del gusto es variable en el tiempo, sin duda está muy arraigada la idea de visitar una catedral o un museo como algo culturalmente lógico en toda actividad turística, y, en cambio, proponer la visita a una antigua instalación minera puede parecer *a priori* algo inverosímil. De la misma forma, las máquinas de determinadas fábricas pueden ser objetos de gran valor histórico, pero normalmente no gozan del mismo prestigio que los capiteles de un claustro o las vidrieras de una catedral.

Si este campo potencial turístico de patrimonio industrial no ha arraigado en nuestro país puede responder a varias razones: el peso que aún tiene el turismo convencional y masivo en nuestro país y el desconocimiento generalizado entre la población de la existencia de otras posibilidades (favorecido por el hecho que estas experiencias turístico-industriales son aún muy recientes); la actitud de incerteza y duda por parte de las entidades gubernamentales y privadas sobre si estas atracciones o “monumentos

industriales” tendrían el suficiente interés entre el público como para poder rentabilizar una inversión; otra circunstancia que juega en contra está relacionada con las deficiencias medioambientales asociadas a estos espacios industriales, que a menudo son tan graves que resultan un imponderable casi imposible de superar para estimular la presencia de nuevas actividades y transformar esta herencia negativa en un recurso positivo. Así pues, el prestigio e interés que este tipo de restos manufactureros tienen son escasos en comparación a otra clase de restos históricos y arqueológicos que son considerados como aquellos que otorgan un mayor esplendor al pasado de una nación (los restos de las civilizaciones antiguas, las edificaciones religiosas y militares, los palacios, las residencias de personajes ilustres, etc.).

3.2. El paisaje en este turismo industrial y minero. ¿Una paradoja?

Por todos es aceptado que en este turismo alternativo y sus diversas modalidades, *el paisaje* es una variable que juega un papel fundamental como soporte físico de toda actividad turística, y, por tanto, la belleza y la estética se convierten en dos factores que pasan a un primer plano. Así, desde este punto de vista, la inclusión del paisaje en el turismo industrial y minero puede parecer, *a priori*, algo paradójico y no justificado, puesto que el atractivo que puedan tener unas antiguas instalaciones mineras no se asocia en principio a la idea generalizada que mucha gente tiene sobre la belleza de un espacio tratándose de unos lugares que por el tipo de actividades económicas que

han acogido en el pasado, se encuentran fuertemente degradados. Es preciso, pues, relativizar los conceptos de belleza y estética y entenderlos desde otras perspectivas a las generalmente concebidas. La valoración estética de un paisaje natural o, en nuestro caso, modificado por el ser humano, de unos restos arqueológicos o industriales estará en función de los gustos y preferencias personales, de factores sociales y culturales. De hecho, el conjunto de los agentes que intervienen en la formación de unas imágenes del medio real forman lo que J. Nogué (1992, pág. 47) denomina un "filtro perceptivo", que influye directamente en la evaluación que se haga del paisaje. De esta forma, un determinado paisaje será percibido de forma diferente según se trate de un grupo social o de otro, y cada cual adoptará un punto de vista propio y diferente. Por esta razón, con frecuencia la idea personal de paisaje se ve enfrentada a las concepciones que de éste tienen los demás. Desde esta posición es del todo lícito plantearse dos preguntas que encajan perfectamente en la variabilidad de prácticas posibles dentro de este turismo alternativo: 1) ¿Por qué no reivindicar un lugar en este turismo alternativo para lo que podría denominarse "la belleza de la fealdad" (Albertsen, 1988, pág. 363), de un espacio con una destacada presencia de "monumentos industriales"?, y 2) ¿Por qué no considerar una cierta "estética de la desindustrialización" (Arrufat *et al.*, 1988, pág. 27) de un espacio industrial en declive? De esto se desprende que no todo atractivo turístico ha de estar envuelto en una aureola de belleza en su sentido más clásico, y la siguiente descripción que hace J. Bastalt (1992, página 84) del denominado parque minero de

las Minas de Riotinto es bastante significativa:

Explotaciones a cielo abierto donde aún asoma el negro de las piritas, profundo y oscuros túneles, molinos abandonados, barracones semiderruidos, torres oxidadas y cintas transportadoras deshechas forman parte del mobiliario que la oficina de Turismo de Huelva pretende hacer explorar a los turistas.

Esta diversidad de grupos sociales se correspondería con una similar manifestación de percepciones y comportamientos sobre el paisaje. Diferentes grados de formación social, cultural y profesional se reflejan en intereses turísticos muy contrastados a los habitualmente promocionados de sol, playa, nieve y montaña. Así, el hecho que en los últimos años hayan surgido estas modalidades nuevas de hacer turismo, y que algunas de ellas consideren la visita a antiguas instalaciones industriales y mineras como un hecho turístico destacable, es una demostración del cambio que se está produciendo hoy día, en muchas esferas de la sociedad (Albertsen, 1988; Hall y Jacques, 1989; Harvey, 1989, y Jameson, 1991). Turísticamente, este cambio se traduce en unas nuevas aspiraciones de evasión, cambio y ruptura respecto formas anteriores de turismo, así como también por una revalorización y un interés creciente por todos aquellos aspectos no materiales de la vida humana, los signos y los sentimientos que puedan evocar un paisaje concreto. Este deja de ser algo únicamente visible y bucólico, para convertirse en algo para vivirse y experimentar, cargado de elementos sensoriales y de connotaciones de todo tipo (cul-

tural, social, histórico, folclórico, de identidad local, etc.). Por tanto, se trata de un paisaje con una doble dimensión, espacial y temporal (Mitchell y Murphy, 1991), y donde los elementos culturales y locales se imponen progresivamente en la forma de practicar el turismo (Lash, 1990).

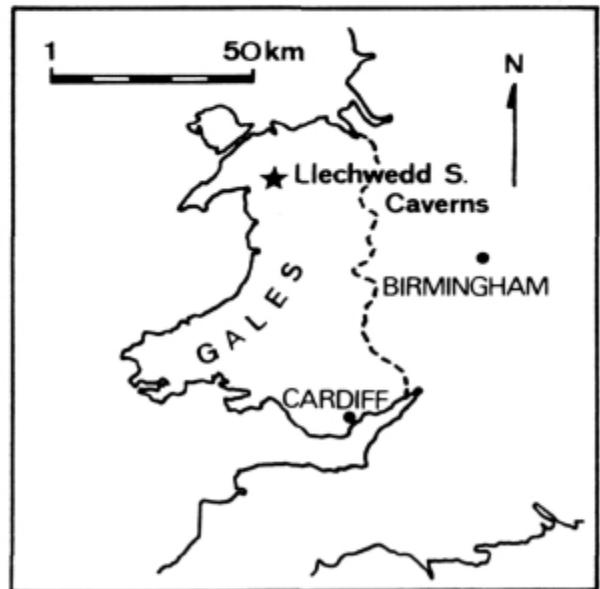
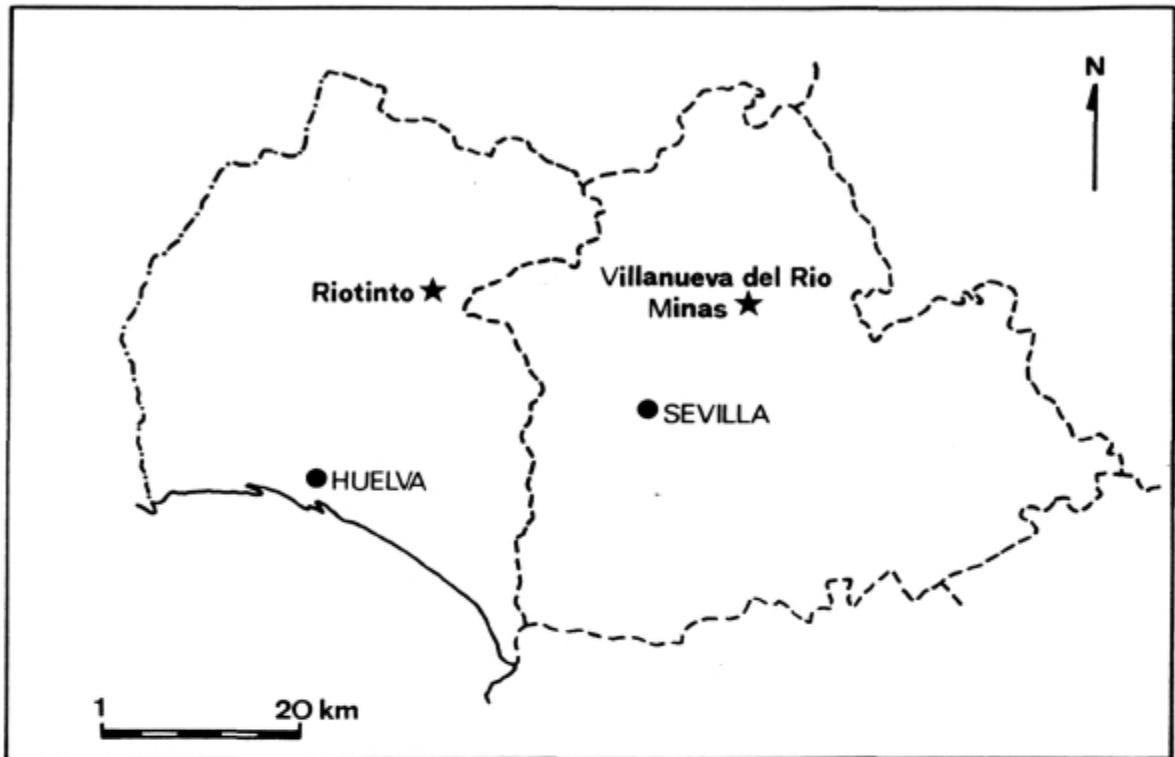
En última instancia, el crecimiento de este turismo puede responder a diversos factores como son: una mayor disponibilidad generalizada del tiempo libre (y, por tanto, de las posibilidades de realizar actividades de ocio), el incremento de la movilidad privada, el acceso por parte de muchas capas de la población, a unos elevados niveles de educación, la difusión de un mayor número de gustos e intereses turísticos, así como también una concienciación creciente del turista por conocer el pasado y las raíces culturales (propias y ajenas), y el deseo porque se le ofrezca nuevas iniciativas turísticas y activas, que despierten un entusiasmo por la variedad, calidad y distinción, por encima de la masificación y la homogeneización.

3. Cuatro muestras de turismo industrial y minero

No hay duda de que la minería ha sido tradicionalmente un sector económico muy vulnerable, tanto en España como en otros países occidentales, a las crisis económicas. A lo largo de las últimas décadas esta actividad se ha visto abocada a una reestructuración importante que todavía no ha finalizado y que, en muchas de las zonas afectadas, ha comportado su cese casi absoluto. De hecho, las últimas estimaciones apuntan

a que en los próximos años se perderán en Europa unos 90.000 empleos en la minería (Cuartas, 1994). Así, sin olvidar la recuperación y diversificación industrial, las estrategias de desarrollo futuro para algunas de estas áreas en regresión económica coinciden en otorgar a las actividades de ocio y turismo un papel clave. Los casos que a continuación se exponen (tres nacionales y uno extranjero) (véase gráfico 1), responden a este esquema de crisis económico-minera y de búsqueda de nuevas iniciativas que ayuden a paliar o superar esta fase de recesión, y en el cual se intenta invertir los términos de un anterior tipo de aprovechamiento (economicista) de los recursos mineros y enfatizar en cambio, sus dimensiones lúdicas, turísticas, y paisajísticas, insospechadas y desconocidas (Llurdés *et al.*, 1993).

- Primer caso de estudio: la localidad catalana de **Cardona** (comarca del Bages, Barcelona) ha tenido una economía monopolizada por el sector minero de la potasa durante seis décadas (la explotación minera comenzó el año 1931 y finalizó en 1990). Previamente al inicio de la actividad minera, durante las dos primeras décadas del actual siglo, Cardona tenía una población superior a los 4.000 habitantes (4.002 en 1910, 4.204 en 1920 y 4.800 habitantes en 1930). La situación cambió radicalmente a causa de la inmigración que atrajo el inicio de los trabajos mineros, puesto que la población aumentó a 6.572 vecinos en 1936. Esta dinámica demográfica continuó después de la guerra civil y se acentuó, de forma que en 1964 se alcanzó el máximo histórico de población con 8.342 habitantes. Pero a partir de 1965, la población fue dis-



Fuente: elaboración propia.

minuyendo (6.379 habitantes en 1991) aunque no así la importancia de la actividad minera dentro de la estructura económica local, como consecuencia de la crisis que asoló a partir de la década de los setenta, los otros sectores industriales tradicionales de Cardona (textil y agropecuario). De esta forma, se fue acentuando progresivamente el monopolio de la minería y la dependencia de la localidad respecto este sector, y que finalizó en 1990, año del cierre definitivo de la mina.

Una vez la actividad minera ha sido abandonada, las propuestas de reactivación económica pasan por una diversificación de la base productiva local, es decir, una reindustrialización y el planteamiento de otro tipo de actividades posibles. Dentro de esta última opción se engloba el intento de una cierta promoción turística, siempre difícil en un municipio sin experiencia en este campo (si acaso, los ocasionales visitantes al castillo de los anteriores Duques de Cardona —hoy Parador Nacional— y a la iglesia que hay en su interior, una de las muestras más importantes de la arquitectura religiosa románica en Cataluña). El proyecto de promoción turística a desarrollar se basa en la posibilidad de visitar las antiguas instalaciones mineras y el interior de las galerías de extracción de mineral, juntamente con la contemplación de un paisaje —el denominado valle salino, en la actualidad bastante degradado—, en el que destacan tres elementos bastante espectaculares: 1) las dos acumulaciones (o escombreras) de residuos salinos que la minería ha dejado como herencia, o sean, dos montañas de origen artificial que han alterado radicalmente el paisaje original, y 2) la Montaña de Sal, un fe-

nómeno geológico casi único en el mundo que consiste en un afloramiento superficial, de las capas de sal gema presentes en el subsuelo. Se trata de un elemento natural de gran belleza geológica, tanto en su exterior como en su interior, con unas formas sorprendentes, colores, cavidades, grutas, estalactitas y otros elementos originados por la tectónica, la propia plasticidad de las sales y la erosión. Muchos personajes han loado la belleza de esta montaña (por ejemplo, A. de Laborde, 1974) y los historiadores afirman que hasta el siglo XIX fue uno de los patrimonios turísticos más destacados de Cataluña. Así, en este antiguo espacio minero, y según el proyecto original, se pretende crear una área que combine unas actividades de tipo cultural con la posibilidad de contemplar un entorno paisajístico original, y de realizar actividades de paseo y senderismo, así como también visitar tanto el interior de esta Montaña de sal como las antiguas instalaciones mineras y galerías de extracción (Ayuntamiento de Cardona y Diputación de Barcelona, 1990).

- Segundo caso de estudio: en España, el único proyecto de esta naturaleza que actualmente está ya en funcionamiento es el Parque Minero de Río Tinto (comarca de Las Minas, Huelva). Se trata de una combinación de la peculiaridad, exclusividad y contraste del paisaje local, con la importancia histórica que ha tenido en toda esta zona la minería (los primeros restos arqueológicos datan de la Edad de Cobre, con posteriores y más importantes manifestaciones de las civilizaciones tartésica, fenicia y romana, y la presencia inglesa a partir del siglo XIX). Los puntos de interés que se incluyen en el itinerario son los siguientes: las

instalaciones mineras y el núcleo de extracción de Cerro Colorado (la explotación minera a cielo abierto más antigua del mundo y aún en activo), la necrópolis romana de La Dehesa, la denominada Corta Atalaya (una de las más espectaculares y con una profundidad de 335 m.), el barrio inglés de Bella Vista (de finales del siglo XIX y un típico exponente de la arquitectura inglesa de la época victoriana), y la zona de Zarandas (el centro de procesamiento del mineral y que alberga el museo ferroviario, con máquinas de vapor de los siglos XIX y XX). Paralelamente a esta ruta minera, se promociona también el patrimonio cultural y medioambiental de las localidades colindantes, con especial énfasis a la gastronomía, el folclore y la artesanía locales.

- Tercer caso de estudio: sin movernos de Andalucía, existe otro proyecto de rehabilitación del conjunto y urbano de una antigua zona minera —Las Minas de la Reunión—, en el municipio de Villanueva del Río y Minas (comarca de Cantillana, Sevilla) (Junta de Andalucía, 1992). Esta localidad, que nació en torno a la minería de carbón, ha visto como tras el cierre definitivo de la explotación minera en 1972, está inmersa en una fase de regresión tanto económica como demográfica puesto que la sustitución de la minería por otras actividades productivas, es muy difícil en una zona con una escasa vocación agrícola y una mínima tradición industrial de otro tipo. Así, la crisis del sector, unida al escaso arraigo de los residentes (procedentes en su mayoría de otros pueblos), explican que haya tenido lugar una vertiginosa caída de la población: en 1940 el núcleo contaba con 9.422 habitantes, y en 1991, sólo 5.735. Pero en con-

traste con esta situación, la herencia que la minería ha dejado es muy destacable en términos de patrimonio histórico-urbano, de arqueología industrial y de elementos paisajísticos muy característicos. El proyecto de rehabilitación prevé actuaciones en las instalaciones mineras para transformarla en un museo, así como también en determinados edificios emblemáticos del casco urbano, y la creación de un conjunto turístico-recreativo con una serie de atractivos, como, por ejemplo, un parque fluvial y un lago, una zona arbolada y deportiva, un camping y un pequeño campo de golf. Se incluye también una actuación futura sobre la escombrera de carbón que la minería creó (situación similar a la de Cardona), un relieve artificial que no es considerado como un simple accidente físico, sino como un elemento definidor y característico del paisaje local.

- Cuarto caso de estudio: el último ejemplo corresponde al de *Llechwedd Slate Caverns*, uno de los más destacados de este tipo de turismo industrial que ha conseguido expansionarse en Gran Bretaña con bastante éxito. En este país, la importancia del desarrollo económico alcanzado en la Revolución Industrial ha llevado a las autoridades a conservar los restos más destacados de la ingeniería del siglo pasado (canales, minas, muelles, fábricas, locomotoras y vías férreas, etc.). El caso que nos pertoca se sitúa en la localidad de Blaenau Ffestiniog (norte de Gales), asociada desde hace siglos a la extracción de mineral de pizarra. Después de un período de prosperidad local seguido de una situación de prolongado declive del sector desde mediados del siglo XX, en 1972 se inició un proyecto de reactivación

económica y promoción turística, que consistía en la conexión de una vasta red de cuevas que la minería creó en el interior de las montañas, con la finalidad que el público pudiera comprender la historia de un pueblo minero y de sus condiciones de trabajo (sobre todo en su época más gloriosa, que fue la Victoriana). Lo que empezó como algo modesto e innovador se ha convertido en la principal atracción turístico-minera de todo el País de Gales, con un volumen de visitantes bastante espectacular, que prácticamente no ha bajado de los 200.000 en todos sus años de explotación (*Wales Tourist Board*, 1979, 1984, 1987 y 1992) (véase tabla I). Aquí, el visitante tiene la oportunidad de ver el interior de las minas en dos tipos de recorrido (uno en un pequeño tren y el otro a pie), y también las instalaciones del exterior y sus alrededores. Éstos han sido transformados en auténticas montañas de pizarra, y así, un paisaje modificado por las acumulaciones de los residuos mineros de pizarra actúa a favor de la reactivación de la zona, siendo éste un elemento más por contemplar dentro del conjunto de la atracción minera.

Como se puede observar, en todos los casos se parte de la base que el paisaje creado por la minería no tiene que ser visto como algo perjudicial (una deseconomía o externalidad negativa en términos económicos; Cals *et al.*, 1993). Todo lo contrario, puesto que las modificaciones habidas en el entorno constituyen unos nuevos elementos definidores del paisaje local, y le otorgan un carácter netamente minero y original. De esta forma, estos paisajes pueden adquirir unos valores positivos desde un punto de vista cultural, histórico y de identidad cultural,

pero también estético, transformando una herencia negativa (medioambiental y visual) en un recurso útil para iniciar un proceso de reactivación económica local. Se trata de crear unos nuevos paisajes y imágenes, que integren los elementos artificiales con los naturales, de “dorar las chimeneas” (Watson, 1991, pág. 59) y de modificar el aspecto de unos espacios que se encuentran actualmente muy desindustrializados. El objetivo de todos estos intentos es, en definitiva, el cambio de orientación en la actividad económica y la atracción de un cierto turismo cultural y amante de la historia local, e interesado también en la especificidad de unos paisajes muy determinados.

4. CONSIDERACIONES SOBRE ALGUNOS DE LOS POSIBLES IMPACTOS DE ESTE TURISMO INDUSTRIAL

No hay duda de que este turismo se encuentra muy poco desarrollado en nuestro país, aunque potencialmente pueda dar mucho de sí teniendo en cuenta que la herencia industrial es bastante significativa. Estos cuatro ejemplos encajan muy bien en lo que se ha conceptualizado como turismo alternativo, entendiendo por éste aquellas actividades turísticas que son consistentes con el medio natural, social, y con los valores de una comunidad, y que permite a su vez —tanto a los residentes como a los visitantes— disfrutar de un positivo intercambio de experiencias (Smith y Eadington, 1992). También es evidente que este turismo no será ninguna panacea para la resolución de los problemas de una determinada área, pero sí un elemento en todo proceso de re-

Tabla 1
NUMERO DE VISITANTES A LLECHWEDD SLATE CAVERNS
Y A OTRAS INSTALACIONES TURÍSTICAS DE TIPO INDUSTRIAL
Y MINERO EN EL PAÍS DE GALES, GRAN BRETAÑA (1975-1992)

Instalación turística	1975	1976	1977	1978	1979	1980
Llechwedd Slate Caverns	201.000	204.800	201.000	221.000	230.323	276.000
Big Pit Museum						
Sygun Cooper Mine						
Rhondda Heritage Park						
Welsh Slate Museum					45.981	37.067
Dolaucothi Gold Mine						
Welsh Miners' Museum					57.978	55.797
Cefn Coed Coll. Museum						

Instalación turística	1981	1982	1983	1984	1985	1986
Llechwedd Slate Caverns	225.417	210.175	207.385	213.338	220.918	200.057
Big Pit Museum			92.137	104.815	109.434	100.665
Sygun Cooper Mine						40.120
Rhondda Heritage Park						
Welsh Slate Museum	36.294	40.684	48.014	50.935	50.587	43.349
Dolaucothi Gold Mine				8.800	9.463	16.588
Welsh Miners' Museum	49.960	44.233	34.338	30.940	28.297	37.170
Cefn Coed Coll. Museum	10.000	15.126	18.671	15.461	16.624	17.231

Instalación turística	1987	1988	1989	1990	1991	1992
Llechwedd Slate Caverns	200.382	196.691	198.561	222.318	248.416	238.798
Big Pit Museum	105.894	118.282	112.094	111.760	112.351	120.387
Sygun Cooper Mine	45.120	51.292	63.221	73.452	65.209	*
Rhondda Heritage Park				18.618	32.717	38.000
Welsh Slate Museum	44.750	44.420	36.838	36.313	31.950	*
Dolaucothi Gold Mine	27.748	32.250	31.277	31.060	29.737	*
Welsh Miners' Museum	40.423	35.333	35.902	23.250	23.070	*
Cefn Coed Coll. Museum	16.959	16.594	15.622	12.299	14.002	*

Fuente: Wales Tourist Board (años 1979, 1984, 1987 y 1992). Los datos de 1922 se han obtenido mediante correspondencia directa con los centros.

* Datos no disponibles.

Casilla en blanco: año anterior al funcionamiento de la instalación.

generación económica que muchas autoridades locales han de tener en cuenta. Los beneficios que se derivarían para las comunidades locales, serían, sobre todo, en forma de una reducción del monopolio económico en torno a una única actividad y un cambio radical de imagen de las localidades, dos factores que podrían contribuir a la atracción de mayores y diversificadas inversiones industriales. Por tanto, el turismo alternativo —en este caso, el industrial y minero— se ve como una estrategia de reconversión económica, ambiental y paisajística para unos espacios que experimentan graves procesos de crisis socioeconómica. Se ha de entender bajo la lente de la complementariedad entre unas prácticas turísticas y otras actividades económicas (diferentes, pero no incompatibles), de la extensión del turismo a unos sectores y espacios no considerados, y del descubrimiento de una nueva función, la de ocio, en unas áreas anteriormente industriales.

En estos ejemplos, el turismo alternativo industrial estaría caracterizado por unas atracciones dirigidas no solamente a los turistas, sino también a los propios residentes, con un carácter auténticamente local y un énfasis centrado en la preservación de lo natural y cultural, alejándose de la comercialización excesiva. El mercado al que se destine correspondería a uno de un bajo volumen de visitantes y, además, mucho más equilibrado a lo largo de todo el año (pierde el carácter de estacionalidad típico del turismo masivo estival e invernal). Y desde un punto de vista del alojamiento, los impactos serían prácticamente nulos porque éste sería un turismo destinado a unos visitantes que no pernoctarían (de un solo día) como gru-

pos de excursionistas, familiares y colegios, procedentes de unos lugares de origen relativamente cercanos (en cambio, la cuestión de la pernoctación sí sería importante en otras modalidades de turismo alternativo, como el rural).

A causa del reducido número de visitantes al que puede estar destinada esta clase de promoción turístico-industrial, es de esperar una amortización a largo plazo de la inversión realizada y no una recuperación del capital invertido en un corto período de tiempo. Por esta razón, durante el previo proceso de planificación haría falta ser muy consciente de la necesidad de reconocer una determinada capacidad de frecuentación, y evitar —si se da el caso— un excesivo número de visitantes (buscando únicamente el beneficio económico rápido) que pueda deteriorar el espacio objeto de promoción, y disminuir también la calidad de la experiencia del propio turista.

Un factor también a considerar en esta clase de experiencias es el que hace referencia al impacto que podrían tener sobre el mercado laboral local. Por ejemplo, en ningún momento el funcionamiento del proyecto de Cardona proporcionará tantos lugares de trabajo como en su momento lo hizo la minería (515 en 1990) (1). Al contrario, el número de empleos que se generaría sería mucho más bajo y además haría falta distinguir entre dos aspectos: 1) El tipo de empleo creado, que puede ser directo (el derivado directamente del gasto del turista, como los guías, la hostelería, la restauración y el comercio), indirecto (los de la cadena de suministro de bienes y servicios, como la fabricación de *souvenirs*, la provi-

sión de bebidas y comidas) e inducidos (el trabajo adicional creado por el gasto de los residentes locales por un incremento de la renta derivado del turismo), y 2) Esta misma diversidad del trabajo creado tendría efectos diferentes sobre la actividad local, la tasa de paro y, en general, su bienestar. Por tanto, sería mejor reconocer las diferencias en la calidad del empleo y considerar el trabajo creado en términos de persona-año y no el número total de trabajadores (Johnson y Thomas, 1990).

5. CONCLUSIONES

Es innegable que para que toda actividad turística tenga una buena consideración entre el público es necesario que ésta se localice en un entorno con un medio paisajístico que sea mínimamente aceptado. Incluso el turismo de masas no siempre ha sido así, sino que en las zonas donde éste se inició (entonces un fenómeno incipiente y novedoso) existían diversos elementos definidores del paisaje local (playas poco concurridas, calas, etc.), antes de que se masificaran en exceso. La presencia de los dos modelos turísticos descritos deja patente la oposición de dos tipos de paisajes o destinaciones: 1) Unos fuertemente degradados a causa de una afluencia masiva de visitantes, con una escasa concienciación sobre los impactos que sobre el entorno provoca su estancia y comportamiento, y 2) Otros en los que los visitantes sí son más escrupulosos sobre estos impactos y que son atraídos por otra clase de elementos que no simplemente el sol, la playa y la nieve. Además, en este caso sí sería más factible uno de los atributos turísticos más difíciles

de lograr, como es el del mantenimiento de la autenticidad de la atracción (Dearden y Harron, 1994).

Por otra parte, mientras el turismo de masas se ha convertido en un sector monopolizador de la economía en las zonas afectadas, el alternativo aparece como una estrategia de reactivación social, económica y demográfica para unas áreas en crisis. En este sentido, el turismo minero-industrial representa un cambio de dirección hacia una cierta especialización económica y local, que se beneficiaría de las ventajas de un pasado cultural y de unos atractivos turísticos y paisajísticos potencialmente interesantes, pero hasta ahora ignorados (Zeppel y Hall, 1991). Así, la herencia que han recibido estas áreas manufactureras —paisajes decadentes, contaminados y radicalmente diferentes a los iniciales—, puede dejar de ser un recurso negativo en algo beneficioso para salir de la recesión.

La práctica de este turismo, además, es un ejemplo de cómo una localidad intenta redefinir y crear una nueva identidad e imagen. Así, en estas zonas mineras, el paisaje no sólo se ha de relacionar con el medio natural en un sentido estricto (Watson, 1991). Mas bien, este concepto está ligado con el medio creado por la actividad humana, es decir, las formas construidas (las instalaciones mineras, la maquinaria de una fábrica, etc.), y abandona la actitud de leer un paisaje con una actitud sesgada de lo que es la estética. El paisaje post-minero tendrá que reflejar la realidad física y simbólica de las acciones humanas sucesivas sobre el entorno, razón por la cual este tipo de paisajes no están muertos, sino que constituyen un

documento vivo, atrayente, sugestivo y cautivador para un cierto mercado de visitantes. Además, parece que nunca tanto como hoy día se haya visto la importancia que tiene la integración del entorno en todo plan de desarrollo económico local. Así lo han entendido los cuatro ejemplos estudiados, que ven en esto una opción futura de progreso y de diversificación. De hecho, es éste uno de los roles del turismo alternativo: servir de alternativa en un proceso de recuperación socioeconómica

REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS

- Ayuntamiento de Cardona y Diputación de Barcelona (1990): *La ciutat de la sal*, Barcelona, Ed. Dip. de Barcelona.
- ALBERTSEEN, N. (1988): "Postmodernism, postfordism, and critical social theory", *Environment and Planning D: Society and Space*, n.º 6(3), pp. 339-365.
- ARRUFAT, A.; CASAS, E., y SEGON, J. (1988): "L'estètica de la desindustrialització", *Dovella*, n.º 29, p. 27.
- BASTART, J. (1992): "Riotinto, donde Huelva se tiñe del color de las minas", *El Periódico* (revista *El Dominical*), 31-5-1992, pp. 81-84.
- BAUTISTA, A. (1992): "Jaén, ecoturismo en la tierra callada", *La Vanguardia* (revista *Magazine*), 18-10-1992, pp. 52-59.
- BOTE, V. (1993): "La necesaria revalorización de la actividad turística española en la economía terciarizada e integrada en la CE", *Estudios Turísticos*, n.º 118, pp. 5-26.
- CALS, J.; MATAS, A., y RIERA, P. (1993): *Evaluación de proyectos. Análisis de la rentabilidad social desde la perspectiva del turismo y ocio*, Madrid, Ed. Ministerio de Industria, Comercio y Turismo (colección: Libros sobre Turismo, n.º 1).
- CANESTRELLI, E., y COSTA, P. (1991): "Tourist carrying capacity", *Annals of Tourism Research*, n.º 18(2), pp. 295-311.
- CUARTAS, J. (1994): "La minería europea perderá 90.000 empleos en los próximos años", *El País*, 11-2-1994, p. 61.
- DEARDEN, P., y HARRON, S. (1994): "Alternative tourism and adaptive change", *Annals of Tourism Research*, n.º 21 (1), pp. 81-102.
- Dirección General de Política Turística (1993): "El turismo como factor de cambio. Un producto socio-cultural", *Estudios Turísticos*, n.º 118, pp. 73-95.
- HALL, S., y JACQUES, M. (Eds.) (1989): *New Times*, Londres, Ed. Lawrence & Wishart.
- HARVEY, D. (1989): *The condition of postmodernity. A inquiry into the origins of cultural change*, Oxford, Ed. Basil Blackwell.
- JAMESON, F. R. (1991): *Postmodernism, or, the cultural logic of late capitalism*, Durham, Ed. Duke University Press.
- JOHNSON, P., y THOMAS, B. (1990): "Measuring the local employment impact of a tourist attraction: an empirical study", *Regional Studies*, n.º 24(5), pp. 395-403.
- Junta de Andalucía (1992): *Minas de la Reunión. Informe-diagnóstico del conjunto histórico*, Sevilla, Ed. Junta de Andalucía (Consejería de Obras Públicas y Transportes, Dirección General de Urbanismo).
- KELLY, I., y DIXON, W. (1991): "Sideline tourism", *Journal of Tourism Studies*, n.º 2(1), pp. 21-28.

- LABORDE, A. DE (edición de 1974): *Viatge pintoresc i Historic. El Principat*, Barcelona, Ed. Publicacions de la Abadía de Montserrat.
- LASH, S. (1990): *Sociology of Postmodernism*, Londres, Ed. Routledge.
- LENO, F. (1993): *Técnicas de evaluación del potencial turístico*, Madrid, Ed. Ministerio de Industria, Comercio y Turismo (colección: Libros sobre Turismo, n.º 2).
- LÓPEZ DE LETONA, J. A. (1990): «¿Hacia una nueva aurora "cultural" del turismo?», *Estudios Turísticos*, n.º 106, pp. 43-51.
- LLURDÉS, J. C.; BAYLINA, M., y SAURI, D. (1993): "Reestructuración económica y cambio medioambiental en el valle del Cardener", *Actas del XIII Congreso Nacional de la Asociación de Geógrafos Españoles (AGE)*, Sevilla, 28 de septiembre al 1 de octubre, pp 373-375.
- MITCHELL, L. S., y MURPHY, P. E. (1991): "Geography and tourism", *Annals of Tourism Research*, n.º 18(1), pp. 57-70.
- NOGUÉ J. (1992): "Turismo, percepción del paisaje y planificación del territorio", *Estudios Turísticos*, n.º 115, pp. 45-54.
- OFICIALDEGUI, I. (1992): "Las estaciones de esquí alpino como oferta recreativa: implicaciones ambientales", *Actas de las V Jornadas sobre el Paisaje*, Segovia, 23 al 31 de octubre, pp. 205-213
- O'REILLY, A. M. (1986): "Tourism carrying-capacity: Concepts and issues", *Tourism Management*, n.º 7(4), pp. 254-258.
- RUIZ, J. P.; BENAYAS, J., y BLANCO, R. (1992): "Turismo y paisaje: análisis de las nuevas tendencias", *Actas sobre las V Jornadas sobre el Paisaje*, Segovia, 23 al 31 de octubre, pp. 173-179.
- SHELBY, B., y HEBERLEIN, T. A. (1986): *Carrying capacity in recreational settings*, Corvallis, Ed. Oregon University Press.
- SMITH, V., y EADINGTON, W. (1992): *Tourism alternatives: potencial and problems in the development of tourism*, Pennsylvania, Ed. Pennsylvania University Press.
- Wales Turist Board (años 1979, 1984, 1987 y 1992): *Visitors to tourist attractions in Wales*, Cardiff, Ed. Wales Tourist Board.
- WATSON, S. (1991): "Gilding the smokestacks: the new symbolic representations of desindustrialised regions", *Environment and Planning D: Society and Space*, n.º 9(1), pp. 59-70.
- AVER, D. B. (1993): 'Ecotourism in the small Island Caribbean', *Geojournal*, n.º 31(4), pp. 457-465.
- ZEPPEL, H., y HALL, C. M. (1991): "Selling art and history: cultural heritage and tourism", *Journal of Tourism Studies*, n.º 2(1), pp. 29-45.

Nota

(1) En **Llechwedd Slate Caverns**, el número de trabajadores es de unos 80, aproximadamente (1992). En **Riotinto**, esta cifra es mucho más reducida, y entre las dos empresas turísticas explotadoras, hay ocho trabajadores (1993) (información obtenida por correspondencia enviada a los mencionados lugares).