

Actitudes hacia el impacto turístico en la Costa del Sol

Luis Gómez Jacinto
Jesús San Martín García
Francisco Sánchez Castilla
Departamento de Psicología Social y de la Personalidad
Universidad de Málaga

IMPACTO ECONÓMICO DEL TURISMO

El siglo XX ha conocido el desarrollo de un fenómeno de magnitudes apenas sospechadas en sus inicios: el turismo de masas. Recurriendo a criterios puramente económicos, siempre rápidos a la hora de sugerirnos la importancia de las cosas, es la industria turística de las más dinámicas a escala mundial, gozando de una salud y perspectivas de futuro como pocas. Más de 270 millones de turistas gastan anualmente 92 billones de dólares en algún lugar fuera de sus países; siendo ésta una de las mayores cifras referidas al comercio exterior mundial. Con un crecimiento global en la llegada de viajeros que se aproxima al seis por ciento, el turismo es también una de las actividades económicas con un desarrollo más rápido, siendo la más importante industria de exportación y responsable de las mayores entradas de divisas extranjeras en muchos países del mundo.

Pero si nos atenemos a un marco más reducido y cercano, se observa que el turismo representaba en 1.990 el 5'5% del producto interior bruto en la Comunidad Europea. Esta industria empleaba en esa época unos ocho millones de trabajadores dentro de dicha comunidad. El comercio turístico europeo era el mayor del mundo, dando cuenta aproximadamente del 62% de todos los viajeros internacionales y del 50% de las recepciones turísticas mundiales.

Es conocida la contribución que el turismo hizo al desarrollo de la economía española de los años 60 y 70 y a la actual consolidación de nuestra posición económica en el orden de los países industrializados. Unas cuantas cifras nos percatarán de tamaño impacto sobre nuestras estructuras económicas. En el año 1987 visitaron España 33 millones de turistas -este año se puede duplicar esa cifra-. En ese momento nuestro censo indicaba una población de algo más de 38 millones de habitantes. El Producto Interior Bruto recibió ese mismo año una contribución cercana al 10% desde el sector turístico; así como la mayor fuente de divisas con un saldo por turismo en la balanza de pagos de mil quinientos millones de pesetas. Aunque el carácter estacional hacen que el mercado laboral sea extraordinariamente inestable y muchas veces inaccesible a las mediciones oficiales, se estima en más de un millón los puestos de trabajo vinculados al turismo. En todo caso, en una zona turística como la nuestra la causalidad entre turismo y empleo es clara. Este desarrollo económico ha ido acompañado de un desplazamiento poblacional hacia la costa -un 35% de la población nacional-, con la consabida urbanización del litoral,

cifrada en algo más del 50% de su longitud; y un *boom* inmobiliario sólo apaciguado por la actual crisis económica y que nos ha colocado en una oferta turística de más de once millones de plazas. Este tipo de grandes cifras son claros exponentes de lo que a fin de siglo será la primera industria del mundo y ya lo es en nuestro entorno. El impacto económico es claro, pero hay que analizar también sus efectos sociales, culturales, ecológicos...

IMPACTO PSICOSOCIAL

El papel decisivo que la actividad turística desempeña en el desarrollo económico y social del mundo, de nuestro país, y muy particularmente de la Costa del Sol, nos conduce inevitablemente al estudio, ya iniciado en otros destinos turísticos, de su impacto en los distintos niveles de la comunidad receptora. El vertiginoso desarrollo económico dibujado más arriba se corresponde en los últimos años con un aumento del interés de científicos sociales, planificadores y políticos por analizar el impacto del turismo sobre las comunidades visitadas. Este interés es debido, en palabras de John Ap, a que "las percepciones y actitudes de los residentes hacia el impacto del turismo deben de ser una consideración política y de planificación importante para el desarrollo fructífero, el marketing y las operaciones presentes y futuras de los programas y proyectos turísticos" (Ap, 1992, p. 665). El éxito de un destino turístico depende, en buena parte, de que los efectos negativos de los visitantes sean mínimos y que éstos no se valoren desfavorablemente por los residentes.

Una breve revisión de la literatura indica que el turismo opera sobre la comunidad receptora a dos niveles: uno macrosocial, del que se derivan fuertes transformaciones sociales, culturales y económicas. El otro es más inmediato y afecta a las personas a través de mecanismos de interacción social con los turistas, lo que provoca cambios actitudinales en los residentes y procesos de influencia social y cultural (Pearce, 1988; Ap, 1992). Ello produce efectos en la percepción que tienen los nativos del fenómeno turístico en su zona. Básicamente éstos se agrupan en torno a dos líneas: la del impacto ambiental negativo (Var et al., 1985), que incluye problemas de hacinamiento, problemas de tráfico, ruido, contaminación ambiental, exceso de urbanización, enajenación de la tierra, deterioro cultural y un largo etcétera. La línea positiva se sitúa especialmente del lado de los beneficios económicos (Liu et al., 1987) y de las mejoras en las infraestructuras (vías, sanitarias, de seguridad, de control ambiental, etc...). También se contabiliza en el haber del turismo el incremento de los recursos de ocio y diversión; así como la tendencia a conservar los lugares bellos y naturales. Estos últimos aspectos formarían parte de la mitología que acompaña al turismo y que, en el decir de Jurdao Arrones, "siempre que irrumpe en un área, sea cual sea su estructura económica, los pilares políticos, económicos y culturales del pueblo quedan rotos y pulverizados" (1992, p. 9).

Desde una perspectiva psicosocial el análisis en términos de la interacción entre turistas y residentes es clave. Y en la investigación de este binomio se convierte en prioritario conocer el choque cultural que supone para los residentes esta cantidad ingente de visitantes. La intensidad de este choque es una función de las activida-

des turísticas, la distancia económica y cultural entre turistas y residentes y la rapidez e intensidad de desarrollo turístico (Milman y Pizam, 1988).

Pearce (1988) considera la existencia de dos fuentes de influencia social: los encuentros directos persona a persona, que pueden provocar cambios en las actitudes, opiniones y sentimientos de autoestima, y las influencias indirectas, que operan a través de grandes cambios económicos y culturales. El mismo autor distingue entre el contacto directo e indirecto y el nivel de desarrollo económico y tecnológico de la sociedad receptora. Así, por ejemplo, los efectos del contacto directo en las comunidades pobres suelen ser negativos en líneas generales. Aumenta la prostitución hetero y homosexual, la delincuencia, el tráfico y consumo de drogas. La simple observación de las actividades cotidianas de los residentes o de sus celebraciones locales hace que unas y otras lleguen a perder su verdadero significado autóctono, y se perciba la intrusión de forma insultante. El impacto positivo se garantiza si la llegada de los turistas es moderada y más aún si los residentes tienen capacidad de autogestionar su oferta turística. Entre los efectos menos directos nos encontramos con la revitalización del arte y las tradiciones culturales. Si ambas se exageran el destino turístico se puede convertir en un mercado de baratijas y en una suerte de espectáculo circense carente de los valores simbólicos de sus ceremonias tradicionales. La dependencia económica, la alteración estructural del mercado de trabajo, las diferencias socioeconómicas -abismales en muchos casos- entre turistas y residentes puede llegar a generar en éstos alienación y un comportamiento -especialmente en los patrones de consumomimético de sus visitantes.

Cuando se trata de comunidades avanzadas el impacto negativo del turismo se atenúa notablemente. En las grandes ciudades los residentes se muestran satisfechos y orgullosos del turismo que reciben. De todos modos, las tasas de prostitución y delincuencia acompañan también al incremento del turismo en este tipo de comunidades. El efecto indirecto más relevante es la transformación ecológica que suponen los millones de turistas. La urbanización de costas y parajes naturales, las basuras y la contaminación, el ruido, el hacinamiento, son asiduos acompañantes de los turistas en las zonas que visitan. Si bien, también habría que reconocer con Murphy (1985) que muchos de los actos conservacionistas de los recursos naturales y culturales son fruto de las presiones políticas de la propia industria turística, que basa su estrategia en el disfrute de un producto cultural y ambiental. El auge del ecoturismo y la continua creación de parques naturales en todo el mundo ilustra este indirecto efecto positivo.

En este repaso al impacto psicosocial del turismo es relevante conocer la imagen que se forma la población autóctona de los turistas. Desde una perspectiva técnica éstos se definen como "visitantes temporales que permanecen durante, al menos, veinticuatro horas en el país visitado y cuya estancia puede ser clasificada bajo una de las siguientes categorías: a) Ocio (recreo, fiesta, salud, estudio, religión, deporte); b) Negocios, familia, misión, reunión". Así definió al turista, en el comienzo de los 60, la Unión Internacional de Organizaciones Oficiales de Viajes. Esta ha mostrado su gran utilidad en el campo económico y de los negocios, pero dice poco al psicólogo social; más interesado en conocer patrones estables de comportamiento, relaciona-

dos con la satisfacción de necesidades psicológicas. (Cohen, 1979; Pearce, 1982; Yiannakis y Gibson, 1992).

La idea de que existe un patrón de comportamientos turísticos ha arraigado en multitud de trabajos recientes (v.g. Hamilton-Smith, 1987; Lounsbury and Hoopes, 1985, etc...); sin que éstos se muevan mucho más allá de lo meramente especulativo. Son excepciones a esta norma los trabajos pioneros de Pearce (1982, 1985). El autor australiano obtiene, a través del análisis de escalamiento multidimensional, 15 roles relacionados con el viaje. Continúan esta línea, pero centrándose más en los roles asociados al ocio, Yiannakis (1986) y Gibson (1989) (Juntos en Yiannakis y Gibson, 1988, 1992). Estos autores identifican, mediante análisis de componentes principales, 14 roles turísticos de ocio: amante del sol, jueguista, antropólogo, arqueólogo, turista de masas organizado, buscador de emociones, explorador, jet set, espiritual, turista de masas independiente, turista de clase alta, vagabundo, escapista y deportista. De cómo se agrupen estas dimensiones del comportamiento turístico va a depender la actitud que desarrollemos hacia los turistas. Desde una posición caricaturesca y muy en relación con la zona en la que nos hallamos aparece una imagen tal que así: "unas narizotas rojas abrasadas por el sol y coronadas por unos anteojos de batracio y un gorrito blanco" (Urbain, 1993, p. 13). Los hoy convertidos en "guiris" por mor de los prejuiciosos nativos, los miembros de esta "horda dorada" (Turner y Ash, 1991) que colonizan nuestras playas y restituyen la estabilidad a nuestra balanza de pagos, han perdido su cualidad de viajeros y son motejados de simples turistas. Y es que, como señala Urbain (1993), la categoría turista evoca diferentes aspectos negativos en los anfitriones.

Lejos de esta visión se encuentran las versiones del turismo como intercambio cultural y comprensión mutua entre los pueblos. La idealización del viaje y del turismo como puente entre los diferentes países (Reagan, 1985; D'Amore, 1988), contrasta con la caricatura dibujada más arriba y que comparten no sólo muchos indígenas, sino también parte de la literatura turística (v.g. Boorstein, 1961). La evolución del fenómeno turístico desde la euforia inicial hasta la molestia e, incluso, el posible antagonismo es preocupante por cuanto el desarrollo económico de muchas zonas costeras españolas -especialmente la Costa del Sol- está comprometido con la mejora de la oferta turística. Y ésta pasa por un actitud positiva de los residentes hacia los turistas.

La razón de esta idea negativa se halla en la naturaleza del propio encuentro turístico; de las relaciones entre turistas y nativos. Estas son asimétricas y desequilibradas (Sutton, 1967). El encuentro turístico -breve y transitorio por definición- es una oportunidad de intercambios satisfactorios, pero también puede ser el punto en el que la explotación del turista y el engaño y falsedad del nativo, sea el arranque para una relación de suspicacias y mutuas reacciones negativas. Este marco de fricciones nos hace inevitable recordar algunas de las predicciones formuladas por las teorías intergrupales y, más concretamente, las derivadas de la hipótesis del contacto (Hewstone y Brown, 1986), en el sentido de que sólo bajo condiciones positivas se reduce el prejuicio, y se incrementa cuando la atmósfera es desfavorable y tensa. Ello hace suponer que se establece una dinámica intergrupala de aumento de las respectivas capacidades de turistas y nativos para aplicarse mutuamente sus

“creencias hipersimplificadas, rígidas y generalizadas” (Furnham y Lamb, 1986). Por lo que se refiere a la imagen de los nativos Pi-Sunyer (1992) encontró en el estudio antropológico realizado en el pueblo catalán de Cap Lloc que los nativos enfatizan la parte del estereotipo que atribuye a los turistas características abiertamente negativas.

Ya para finalizar este breve recorrido por las posibles actitudes que los residentes desarrollan ante el impacto turístico vamos a analizar, desde una perspectiva multivariable, los factores que influyen en dichas actitudes. El reciente trabajo de Lankford y Howard (1994) señala los siguientes. En primer lugar los años de residencia de las personas analizadas incide negativamente en su actitud hacia los turistas y el turismo y otro tanto sucede con los recién llegados a una zona turística. Podría hablarse de una relación de U invertida en la que sólo los residentes que llevan un tiempo medio en el área en cuestión manifiestan una actitud positiva.

La dependencia económica del turismo es otro. Las personas cuyos empleos -o el de sus parientes, amigos o vecinos- depende del turismo tienen una actitud favorable hacia el turismo y los turistas. El tercer factor es la distancia de la casa del encuestado de los núcleos turísticos. Las personas que viven en zonas rurales y/o alejadas de las zonas turísticas suelen tener una postura indefinida con respecto al turismo; si bien algunos estudios (Belisle y Hoy, 1980) han notificado su actitud negativa hacia el hecho turístico. La implicación de los residentes en la toma de decisiones turísticas es la variable que sigue. En el caso de que los residentes tengan una importante participación comunitaria, se muestran más favorables ante los cambios y el desarrollo inducidos por el turismo. El lugar de nacimiento también parece influir la actitud de los residentes si su lugar de origen es un destino turístico.

El nivel de conocimiento sobre el fenómeno turístico es una de las variables más relevantes (Davis et al., 1988). Como también lo es el nivel de contacto con los turistas. Esta es otra de las variables más significativas en el desarrollo de actitudes más positivas. En cuanto a las características sociodemográficas las principales influencias se deben a las diferencias sexuales.

Y los dos últimos factores mencionados se refieren: uno a los impactos percibidos sobre las oportunidades de realizar actividades recreativas al aire libre. Los sujetos desean que se detenga el crecimiento turístico cuando piensan que el turismo restringe sus posibilidades de usar los recursos locales de esparcimiento y recreo al aire libre (Perdue et al., 1987). Y el último a la tasa de crecimiento de la comunidad. La propia percepción que tienen los residentes del crecimiento de su zona por razones turísticas actúa de mediadora en las actitudes hacia el cambio y desarrollo producidos.

ACTITUDES DE LOS RESIDENTES DE MÁLAGA

A continuación vamos a presentar brevemente tres estudios realizados en Málaga que tratan de aproximarse a la actitud que los residentes de esta zona turística desarrollan hacia el turismo y los turistas. Parte de sus resultados se describen en otros tantos trabajos (Gómez Jacinto et al., 1993a, 1993b, 1993c) y a ellos remitimos para conocer con detalle los instrumentos utilizados. Lo restringido de las muestras

con las que hemos trabajado hace que estos resultados sean meramente ilustrativos y, en ningún caso, tengan un afán generalizador. En estos trabajos se analiza la actitud de los residentes desde tres perspectivas: la actitud hacia el impacto -económico, ecológico y cultural- que tiene el turismo y los turistas; la percepción sobre el tipo de comportamientos que éstos desarrollan en la Costa del Sol; y el estereotipo que se tiene de los mismos.

Estudio nº 1: Impacto

Este estudio es una primera aproximación al conocimiento del impacto socioambiental percibido de los residentes en la Costa del Sol. Lo que sigue a continuación pone también a prueba una metodología de recogida de datos de los residentes nativos, basada en la encuesta telefónica. Otros procedimientos a utilizar: entrevistas con informantes claves, observación participante de pequeñas comunidades, análisis documental y de los medios de comunicación, no son objeto de este primer acercamiento al problema.

Para comenzar se han elegido dos pueblos prototípicos de la Costa del Sol: Torremolinos y Mijas. Ambos son de sobra conocidos tanto en nuestro país como fuera de él. Torremolinos, municipio de reciente creación, se ubica en la Costa del Sol Occidental, a escasos kilómetros de Málaga. Pocos pueblos como Torremolinos simbolizan el primer turismo hotelero de los años 60, consagrado en la década posterior, y que transformó aquel “pueblecito de casas bajas, playas desiertas durante parte del año y hombres que tiran del copo” (Jurdao Arrones, 1992, p. 34), en elevadas moles de cemento frente a un paseo marítimo donde conviven el “pescado frito” con el “ketchup” y la “pizza”; en playas sin un metro cuadrado libre donde arrojar la toalla después de una dura noche de alcohol y música estridente servidos por los hijos de aquellos pescadores.

También en la zona occidental, a 34 kilómetros de Málaga, Mijas observa desde la sierra la extensión de su geografía hacia el mar, interrumpida constantemente por breves construcciones blancas. Es diferente el paisaje y es diferente el símbolo turístico encarnado. Mijas representa al llamado turismo residencial, iniciado en los años 70 y confirmado durante la pasada década. En Mijas el turismo transformó la estructura agraria, apegada al terruño, de antes de los sesenta, en un inmenso negocio inmobiliario, también con la tierra como protagonista, una de las más caras del estado y de la que son propietarios mayoritariamente maduros extranjeros que residen todo o parte del año aquí.

Estos son los escenarios de realización de la investigación. En ella se pretende conocer la percepción que tienen los residentes sobre el impacto del turismo en la Costa del Sol. Siguiendo otros trabajos similares las cuestiones que vamos a analizar se centran básicamente en los efectos de naturaleza socioambiental y cultural, y los efectos micro y macroeconómicos; así como de potenciación de las infraestructuras generales y recreativas. La metodología de encuestas telefónicas nos va a permitir, con relativa facilidad, aproximarnos a esta primera cuestión.

La muestra se obtuvo mediante procedimientos totalmente aleatorios de la Guía Telefónica de Mijas y Torremolinos, respectivamente. Se seleccionaron 50 abonados (particulares y con nombres españoles) de cada uno de los pueblos. A los 100 se

les envió una carta personal en la que se les pedía su colaboración para que él o un miembro de su familia contestase telefónicamente a unas preguntas sobre el turismo. Después de una semana se les llamaba y se realizaba la encuesta a una persona de la familia. Si no era posible realizarla en el momento se volvía a llamar o se fijaba una fecha de acuerdo con el encuestado. Las 100 encuestas se realizaron en el plazo de una semana por cinco encuestadores debidamente entrenados para ello. Entre diez y veinte minutos se tardaba en contestar a todas las preguntas. Sólo un 5% no colaboró.

Como es sabido la probabilidad y facilidad de entrevistar a una mujer en este tipo de encuestas es mayor que a un hombre. Por ello se intentó garantizar la presencia de varones en la muestra final. A pesar de ello las mujeres de la muestra son 66 y los varones 34. Mayoritariamente son personas casadas (69). 81 son cabezas de familia (varones y mujeres); 11 son hijos y 3 son los abuelos dentro del domicilio familiar. Su nivel educativo es medio bajo; tan sólo doce habían cursado estudios universitarios. Hay 14 parados, 15 pensionistas, 8 estudiantes y 30 amas de casa. El resto tienen un trabajo mayoritariamente fijo. Su edad media es de 43 años, con un rango que va desde los 16 hasta los 79.

La encuesta está compuesta de 24 cuestiones referidas al impacto del turismo y ocho cuestiones sociodemográficas. El encuestador cumplimentaba también seis preguntas de control de la propia entrevista. Hemos agrupado los 24 ítems en tres factores: impacto económico positivo, impacto ecológico negativo e impacto cultural negativo.

Unos resultados globales y descriptivos se muestran en la Tabla I. En ella aparecen un análisis diferencial de la muestra entrevistada según que perciban un mayor o menor impacto turístico sobre las tres dimensiones señaladas. La escala de éstas viene expresada en puntuaciones típicas derivadas con media en 50. La última fila presenta las medias de las tres variables antes de su transformación, junto con los valores máximos que podrían tomar. Se aprecia que las personas encuestadas valoran muy positivamente el impacto económico que el turismo tiene en sus respectivas zonas; minimizando los efectos negativos sobre el ambiente y sobre la cultura propia. En cuanto a las diferencias de las dos zonas turísticas puede comprobarse una nula diferencia en lo que se refiere a impactos económicos y ecológicos. Sin embargo los residentes de Mijas consideran un impacto cultural más negativo que los de Torremolinos. Ello es debido, muy probablemente, al carácter menos estacional del turismo mijeño y a la gran enajenación de la propiedad, que ha transformado la antigua villa agrícola en un importante centro internacional.

También hay unas pequeñas diferencias en cuanto al lugar de procedencia. Los malagueños, en relación a los que no lo son, dan menos importancia al impacto económico y ecológico, y más al cultural; como consecuencia, probablemente, de un mayor conocimiento y sensibilidad con las propias tradiciones culturales. El tipo de estudios modifica poco las valoraciones de impacto percibido, salvo en el caso del cultural, considerado, por razones obvias, como más negativo por los individuos que gozan de una mayor preparación cultural. Las diferencias sexuales muestran un curioso patrón. Las mujeres son más sensibles al impacto ecológico negativo y menos al económico positivo. Al revés que los varones, que, en líneas generales,

tienen un mayor contacto con el sector turístico y enfatizan sus valores económicos. En cuanto a la relación que mantiene la persona entrevistada con los turistas se aprecia una mejor valoración de su impacto económico entre los que mantienen contactos habituales. Es un dato perfectamente coherente. No lo es tanto el que nos proporciona la percepción de impacto ecológico. Hay una especie de relación de U invertida, de modo que la percepción más negativa es de quienes mantienen un contacto intermedio. Más lógica es la secuencia que mantiene el impacto cultural, negativo cuanto menor es el contacto.

Estudio nº 2: Estereotipos de los turistas

En este segundo estudio se plantea que la categoría turista lleva aparejada un estereotipo negativo, una actitud desfavorable y una mala imagen de los nativos. Este se verá incrementado si se maximiza la relación intergrupala de las dos categorías en cuestión. Y se minimizará el efecto en el caso de que los nativos tengan un adecuado nivel de conocimientos turísticos.

Participaron en esta investigación 81 alumnos de la Escuela de Turismo y 38 de la Escuela de Trabajo Social. Se les puede considerar dos grupos cuasiequivalentes. La mayoría son mujeres. La edad media de los mismos era de 20 años, siendo el menor de 18 y el mayor de 27. Algo más de la mitad residían en la ciudad de Málaga y el resto se repartían (a partes iguales) entre los pueblos de la costa y los del interior. Pertenecen a familias de clase media que no viven directamente del turismo.

Estos sujetos cumplimentaron un diferencial semántico con los adjetivos que aparecen en la Tabla II. Cada diferencial semántico se cumplimentó para tres de los grupos turísticos más frecuentes en la Costa del Sol: los ingleses, los alemanes y los italianos. Se calculó un índice global a partir de los tres, que se mueve en un intervalo de 1 y 15. Tal y como se aprecia, las variables sociodemográficas no diferencian prácticamente a los sujetos, que ven a los turistas a través del siguiente estereotipo: son vagos, desagradecidos, inconformistas, pasivos, mentirosos, idealistas y sociales.

Estudio nº 3: Comportamiento turístico

Nuestro trabajo se centra en el análisis de los roles turísticos que desempeñan los millones de personas que visitan la Costa del Sol, a juicio de los residentes locales. Desde nuestra perspectiva tanto los trabajos de Pearce como los de Yiannakis y Gibson son poco parsimoniosos. Algunas de las categorías que describen se superponen y añaden información redundante a otras que, seguramente, las incluirían. En todo caso, puede que los roles indicados permitan describir los comportamientos de los turistas australianos o norteamericanos, pero no parecen muy válidos para la descripción de nuestros visitantes. Nosotros creemos que "la mirada" de los residentes locales no va más allá de una estructura simple de papeles; agrupados en torno al más frecuente turista de sol y playa, al miembro de la jet set (marbellí principalmente), y al turista culto conocedor de nuestra historia y costumbres, para el que el viaje es un elemento importante en su definición de sí mismo.

La muestra del estudio está compuesta por estudiantes de Psicología (119) y de

Ciencias de la Información (78); con una edad media de 21 años; de los que son varones el 32% y mujeres el 68%. Cumplimentaron un cuestionario de 46 preguntas cuyo contenido versa sobre su opinión sobre lo que hacen o piensan los turistas que habitualmente visitan la Costa del Sol.

Sobre el cuestionario se ejecuta un análisis factorial de Mínimos cuadrados no ponderados (ULS) con rotación Varimax. Se fijó un eigenvalor superior a dos para la extracción de factores. En ambos casos este criterio retuvo tres, que explican el 37% de la varianza. La estructura de tres factores era coherente con nuestras consideraciones teóricas. El contenido del primer factor obtenido de las preguntas sobre los turistas de la Costa del Sol, se corresponde mejor con los tipos que Yiannakis y Gibson (1992) denominan antropólogo, arqueólogo, buscador espiritual, turista independiente, escapista. Tiene también elementos ecologistas. Es, en general, un tipo de turista culto. Bajo la segunda dimensión se agrupan principalmente, según los dos autores citados, el amante del sol, el turista de viajes organizados y el buscador de emociones. Es, en definitiva, una categoría de turismo de masas, muy cercana al estereotipo del turista que, mayoritariamente, visita la Costa del Sol. El tercer y último factor extraído es un compendio de los turistas de la jet set y de clase alta descritos por el trabajo de Yiannakis y Gibson. En nuestra zona turística se identificaría con los turistas de la jet marbellí, que difícilmente son considerados aquí como turistas en sentido estricto.

A partir de estos resultados se seleccionan los ítemes coincidentes en las dos partes y se calculan tres nuevas variables para cada una de ellas; que se corresponden con los tres tipos identificados: turista de masas (o de sol y playa), turista culto y jet set. La Tabla III presenta algunas de las diferencias en cuanto percepción del comportamiento turístico. Aquí la escala de cada dimensión no está estandarizada, siendo su intervalo de 0 a 100. Como se aprecia en los totales el rol turístico más percibido es el que describe los comportamientos de un turista de masas. Le siguen a distancia el culto y *jet set*. En cuanto a las diferencias cabe mencionar que las mujeres tienen más claro cada uno de los clisés descritos; siendo más difusas los límites entre las tres categorías por parte de los varones. En cuanto a la procedencia de los sujetos no se observa un patrón claro de adscripción de roles. Y tampoco en el caso del contacto que se mantiene con los turistas; si bien las personas que no tienen contacto les asignan comportamientos de jet, como consecuencia, seguramente, de un conocimiento cercano. En general, podemos concluir que la simplificación propuesta explica buena parte de los comportamientos y actitudes de los turistas que nos visitan. Las atribuciones diferenciales forman parte del estereotipo del turista tipo que visita esta zona.

Agradecimiento: Este trabajo forma parte de un proyecto de investigación financiado por la Consejería de Educación y Ciencia de la Junta de Andalucía (Grupo nº 5.255 del Programa de Investigación y Desarrollo Tecnológico).

T A B L A I
(Medias de los tres tipos de impacto)

	IMPACTO ECONOMICO POSITIVO	IMPACTO ECOLOGICO NEGATIVO	IMPACTO CULTURAL NEGATIVO
PUEBLO			
Torremolinos	49,82	49,89	45,53
Mijas	50,17	50,10	54,46
NACIMIENTO			
Málaga	48,79	47,44	50,71
Fuera de Málaga	52,05	54,34	48,78
ESTUDIOS			
Universitarios	49,07	50,17	51,85
Medios	50,27	50,47	52,94
Elementales	50,22	49,51	46,62
SEXO			
Varón	52,69	47,43	50,99
Mujer	48,61	51,31	49,48
CONTACTO			
No tiene	48,17	46,37	54,64
Tiene alguno	50,01	53,76	51,06
Constante	50,97	44,86	45,42
SIMILITUD TURISTAS-RESIDENTES			
Diferentes	52,22	47,47	45,75
Parecidos	48,51	51,53	53,12
TOTALES NO ESTANDARIZADOS	7,29	3,65	1,49
	Máx 9	Max 8	Max 8

Impacto del turismo sobre el medio ambiente

Rosaura González Méndez

Departamento de Psicología Cognitiva, Social y Organizacional
Universidad de La Laguna

TABLA II
(Medias del diferencial semántico)

	Trabaja doras- Vagos	Agradeci- dos- Desagrade- cidos	Conformis- tas- Inconfor- mistias	Activos- Pasivos	Sinceros- Mentiro- sos	Realistas -Idealis- tas	Insocia- bles- Socia- bles
ESTUDIOS							
Turismo	10,06	11,40	13,76	9,84	12,34	11,83	16,52
Trabajo Social	9,23	11,07	12,77	9,73	12,18	11,97	15,47
NACIMIENTO							
Málaga ciudad	9,94	11,33	13,58	10,32	12,30	12,12	16,24
Málaga provincia	9,60	11,25	13,26	9,11	12,27	11,54	16,11
SEXO							
Varón	10,09	11,50	14,57	10,38	13,04	12,66	16,81
Mujer	9,78	11,15	13,34	9,60	12,05	11,70	16,27
TOTALES	9,84	11,21	13,57	9,75	12,23	11,88	16,37

TABLA III
(Medias de los tres roles turísticos)

	TURISTA CULTO	TURISTA DE MASAS	TURISTA JET SET
SEXO			
Varón	35,57	50,97	27,75
Mujer	40,05	55,80	29,57
LUGAR DE NACIMIENTO			
Ciudad de Málaga	38,65	54,75	29,78
Provincia de Málaga	42,67	53,54	30,35
Fuera de Málaga	35,82	53,41	25,94
CONTACTO			
No tiene	37,48	52,27	33,70
Tiene alguno	40,25	57,11	23,80
TOTALES	38,86	54,69	28,75

Al repasar los trabajos que relacionan turismo y medio ambiente, puede observarse que existen algunas premisas que se asumen de forma generalizada. Así vemos, en primer lugar, cómo se considera el medio ambiente un elemento imprescindible en la oferta turística. De hecho, la construcción de una infraestructura de recreo rara vez es suficiente, por sí sola, para atraer al turismo. Por otro lado, se constata que la destrucción de los recursos ambientales repercute negativamente sobre dicha actividad, especialmente cuando la demanda de entornos poco degradados es cada vez mayor.

Ahora bien, las exigencias del sector turístico respecto al medio tienden a limitarse al valor estético del asentamiento elegido. Asimismo, las medidas para controlar los cambios suelen tomarse cuando el deterioro sobrepasa ciertos límites y se acusan sus efectos en la demanda turística. De hecho, "los desajustes ecológicos no son obvios al principio, sino que sobrevienen paulatina y progresivamente" (Machado, 1990, p.18). Conviene indicar que son los organismos públicos los que asumen habitualmente la tarea de paliar los problemas surgidos en el entorno, ya que rara vez el sector privado limita sus beneficios inmediatos en favor de planteamientos conservacionistas.

Otra idea asumida de forma casi general es que el turismo acarrea inevitables alteraciones en el medio. Las más evidentes provienen, sin duda, de la reestructuración producida por la actividad constructora. Sin embargo, resultan también importantes los efectos de la propia conducta recreativa -aumento de residuos, erosión, demanda de recursos, etc.- (Pearce, 1981).

En cualquier caso, el cambio no se produce de la misma forma en todas las áreas receptoras. Los riesgos son especialmente importantes allí donde el crecimiento es muy rápido o el medio es muy delicado (Mathieson y Wall, 1982). Este es el caso del archipiélago Canario que, tal como indica Machado (1990), une singularidad y fragilidad.

No existe acuerdo, en cambio, sobre cómo valorar los efectos del turismo sobre el medio ambiente. Para algunos, dicha actividad puede favorecer la restauración y conservación. Para otros, en cambio, sólo conlleva efectos negativos. Esta divergencia de opiniones se produciría, al menos en parte, al existir diferentes formas de relación entre turismo y medio ambiente. En este sentido, Budowski (1976) menciona tres tipos.

Una primera forma, necesariamente de corta duración, donde se daría una total independencia entre las dinámicas turística y de conservación de la naturaleza. Esta relación iría seguida rápidamente de alguna de las dos siguientes.