

# Turismo y representación espacial

María Luisa Piñeiro Maceiras, Laurence Chapuis, Matteo Re [Eds.]



Universidad  
Rey Juan Carlos

Servicio de Publicaciones

ISBN: 978-84-697-0916-0

<b>Presentación .....</b>	<b>3</b>
---------------------------	----------

Primera parte

*Espacios digitales y discurso turístico*

<b>Ciberturismo y transdisciplinaridad.....</b>	<b>7</b>
<b>Covadonga LÓPEZ ALONSO</b>	
<b>Espacios virtuales para el léxico del turismo: diccionarios y glosarios en la red.....</b>	<b>23</b>
<b>María MATESANZ DEL BARRIO</b>	
<b>Los mundos virtuales: un espacio para la enseñanza del español del turismo .....</b>	<b>47</b>
<b>Paloma GARRIDO IÑIGO</b>	
<b>Las guías y otros espacios de la información turística .....</b>	<b>59</b>
<b>María Luisa PIÑEIRO MACEIRAS</b>	

Segunda parte

*Espacios literarios, estereotipos y cultura*

<b>Configuración del espacio urbano en la literatura: el Madrid libresco .....</b>	<b>83</b>
<b>Laurence CHAPUIS</b>	
<b>Espacios de reclusión, espacios de creación literaria.....</b>	<b>98</b>
<b>Matteo RE</b>	
<b>La memoria del espacio <i>versus</i> el espacio de la memoria .....</b>	<b>108</b>
<b>María Cruz ALONSO SUTIL</b>	
<b>El estereotipo del <i>Sur</i> en los relatos en lengua alemana sobre la España cotidiana .</b>	<b>120</b>
<b>Tilman KLINGE</b>	

Tercera parte

*Recursos y espacios turísticos*

<b>Análisis del programa interpretativo del espacio turístico Arribes del Duero .....</b>	<b>130</b>
<b>José Manuel CASTAÑO BLANCO</b>	
<b>Los museos como agentes dinamizadores del espacio urbano .....</b>	<b>147</b>
<b>Trinidad VACAS GUERRERO</b>	
<b>La dinámica espacio-temporal en los procesos turísticos.....</b>	<b>167</b>
<b>Carmen PELIGROS</b>	

## Presentación

La dimensión espacial es inherente a las reflexiones sobre el turismo, y por esta razón el concepto de *espacio* suscita continuos enfoques y reflexiones de muy distinta índole que están presentes en las materias que, de modo directo o transversal, se inscriben en las ciencias del turismo. Este es el origen del volumen que presentamos.

En estas páginas se agrupan trabajos que desde diferentes horizontes teóricos analizan múltiples aspectos del turismo en su relación con el espacio. El libro consta de 11 artículos organizados en tres partes conceptualmente bien delimitadas y que permiten acercamientos individualizados de acuerdo con los intereses puntuales del lector.

La primera parte, relativa a *Espacios digitales y discurso turístico*, reúne cuatro trabajos que se centran en el ciberespacio, los diccionarios y glosarios digitales en la red, la utilización de los mundos virtuales y el discurso turístico.

En el primer artículo, Covadonga López Alonso define los principios teóricos en los que se fundamentan los espacios virtuales de la comunicación turística. En primer lugar, se centra en el concepto de ciberturismo y plantea su estudio con un enfoque transdisciplinar en el que, siguiendo con una visión totalizadora del conocimiento, se parta de una visión integral para reflexionar sobre la complejidad de los productos del turismo digital. Finalmente, como consecuencia de las propiedades hipertextuales que poseen dichos productos, presenta los cibergéneros turísticos que están en constante transformación y los tipos de clasificaciones que pueden aplicarse a su estudio.

María Matesanz del Barrio presenta un estudio sobre repertorios lexicográficos en red del ámbito del turismo con un enfoque centrado en el usuario. A lo largo de este trabajo, propone algunos de los criterios con los que se cuenta para evaluar la validez y la fiabilidad de la información léxica localizada. En estas páginas, se encontrarán referencias útiles que pueden mejorar las necesidades de búsquedas especializadas en turismo. Además, los especialistas hallarán una reflexión teórica sobre terminografía turística y una descripción y subcategorización de los diccionarios y glosarios de turismo en la red.

Paloma Garrido Iñigo analiza las interferencias de la lengua inglesa en la industria turística y su alto nivel de utilización en las conversaciones aeroportuarias. El análisis llevado a cabo muestra cómo la presencia de préstamos y calcos procedentes de esta lengua forman parte de la lengua española del turismo. Así, para facilitar el aprendizaje del léxico turístico español, presenta un mundo virtual creado en Opensim que integra actividades basadas en conversaciones prototípicas enfocadas a mejorar los niveles de producción en la lengua extranjera.

María Luisa Piñeiro Maceiras presenta un estudio sobre la evolución de las guías turísticas mediante un recorrido por distintos espacios de la información turística, hasta su actual configuración en entornos digitales. Analiza la configuración discursiva de un corpus de textos pertenecientes a guías, libros de viajes y portales españoles de servicios turísticos en lengua francesa. Este tipo de análisis permite ver cómo se estructura este elemento esencial de la industria turística que, al mismo tiempo que suscita el deseo del viaje, promueve eficazmente el desarrollo turístico.

La segunda parte, *Espacios literarios, estereotipos y cultura*, reúne aportaciones relativas a las implicaciones de la representación espacial y su tratamiento literario junto con el estudio de los estereotipos culturales.

Laurence Chapuis a través del estudio de un corpus de novelas y cuentos de la literatura española lleva a cabo un viaje literario minucioso por la capital de España. Mediante este recorrido el concepto de ciudad es concebido como una concatenación de diferentes espacios en constante transformación en el tiempo, y en el que se pone de manifiesto que las referencias espaciales constituyen una de las marcas de la relación empírica que los personajes establecen con el espacio urbano.

Matteo Re presenta el estudio de un fenómeno literario novedoso relativo a las producciones escritas en los espacios carcelarios. En este trabajo, el autor lleva a cabo el análisis de las publicaciones que algunos exterroristas italianos produjeron en esos lugares de reclusión durante su período de cautiverio o que redactaron una vez terminada la detención y en los que la escritura se convierte en una manera de soportar la clausura. Además, observa también cómo la experiencia de ese espacio cerrado llama al ejercicio de la memoria, actividad que permite ver como el cautiverio es interpretado, relatado y descrito de diferentes maneras. Así, este tipo de escritura particular considerada como una forma de liberación o como una simple narración, se convierte en un elemento catártico alejado de la literatura.

María Cruz Alonso Sutil lleva a cabo un acercamiento a la importancia de la memoria individual y colectiva condicionada por el espacio literario. En primer lugar, repasa el concepto de espacio efectuando un recorrido por las diferentes corrientes filosóficas y humanísticas; y, a través del análisis de un capítulo de la novela de J.M.G. Le Clézio *Étoile errante*, presenta la configuración del espacio vivido y habitado como estrechamente vinculado a la conciencia, al recuerdo y a la experiencia. Esto le permite a describir los nexos que se establecen entre los conceptos de espacio y de memoria.

Tilman T. Klinge presenta un estudio de los estereotipos del Sur a través de relatos de la cultura cotidiana en lengua alemana sobre España. En primer lugar, el autor analiza el género y su dimensión y, en segundo lugar, estudia detenidamente el uso y la significación del estereotipo del Sur en el corpus utilizado. Además, observa la evolución que se ha producido en el concepto, desde los primeros relatos, hasta las descripciones más recientes en las que se advierte una reducción que cuestiona su validez en la transferencia cultural.

En la tercera parte, *Recursos y espacios turísticos*, se presentan trabajos en los que el espacio es abordado desde distintas ópticas y enfoques diversos que dan cuenta de la heterogeneidad y dimensión de los componentes del ámbito turístico.

José Manuel Castaño Blanco plantea un estudio diacrónico del programa de interpretación y comunicación del espacio natural Arribes del Duero. A partir del análisis documental, el autor revisa el programa de uso público, especialmente aquellos aspectos relativos a la interpretación y a la educación ambiental, así como el funcionamiento y afluencia de visitantes a sus instalaciones y equipamiento. En este trabajo, subraya, además, el cumplimiento de los objetivos alcanzados, tanto en la conservación del patrimonio natural como en la gestión de los servicios turísticos.

Trinidad Vacas Guerrero analiza el papel desempeñado actualmente por los museos como importante recurso turístico y sobre todo como regenerador de los espacios

urbanos. Para ello hace un repaso del significado y la trascendencia de las múltiples actuaciones en materia de turismo que convierten el patrimonio cultural museístico en elemento intrínseco de la ciudad y en el principal atractivo de los espacios urbanos.

En la última contribución, Carmen Peligros, haciendo uso de técnicas econométricas, presenta un estudio sobre la relación existente entre la variable espacial y temporal en los procesos turísticos. El modelo de análisis aplicado a los datos relativos a las distintas Comunidades Autónomas españolas estudiadas le permite exponer la dimensión y la trascendencia de las fluctuaciones y de la estabilidad de las corrientes turísticas en nuestro país.

Primera parte

***Espacios digitales y discurso turístico***

## CIBERTURISMO Y TRANSDISCIPLINARIDAD

Covadonga LÓPEZ ALONSO

Universidad Complutense

[clopeza@filol.ucm.es](mailto:clopeza@filol.ucm.es)

### INTRODUCCIÓN

Las tecnologías han provocado una profunda revolución en todos los ámbitos sociales e impulsado un cambio en la transmisión de la información y en las comunicaciones. El uso de Internet ha suprimido las distancias geográficas, temporales e interpersonales y se ha convertido en un medio indispensable de comunicación de masas que forma parte de la experiencia de millones de personas en el mundo y promueve constantes cambios culturales a escala global por sus formas de utilizar la información y las interacciones virtuales.

La mundialización en la Web de la palabra escrita, de la voz y de las imágenes ha marcado positivamente el ciberturismo. Los cibergéneros turísticos han modificado la manera de percibir, leer los textos y vender los productos; además, se ha abierto la puerta a los intercambios digitales que, desprendiéndose de la estabilidad de los productos tradicionales, se configuran como otros espacios de una inmediatez en continua construcción.

Para analizar este fenómeno mediático y sus repercusiones en la sociedad voy a centrarme en cuatro aspectos: en primer lugar, qué se entiende por ciberturismo; en segundo lugar, de qué manera la revolución informática supuso romper con visiones separadas y aisladas de las disciplinas que intervienen en el turismo, ya que por su propia esencia se fundamenta en la transdisciplinariedad; en tercer lugar, y como consecuencia de las propiedades hipertextuales, me detendré en cómo los productos del turismo digital traspasan las fronteras de voces, espacios y tiempos, generándose una comunicación multisemiótica abierta y global; y, finalmente, qué tipo de clasificaciones puede aplicarse al estudio de los cibergéneros turísticos que responden a un nuevo marco epistémico asentado en que “el mensaje es el medio” (McLuhan, 1954).

### 1. DEL TURISMO AL CIBERTURISMO

La noción de turismo como viaje o estancias que se realizan en entornos distintos al espacio habitual por ocio, negocios u otros motivos tiene una larga historia que puede rastrearse en la Grecia clásica y en el Imperio Romano en los que la cultura, las diversiones, la religión o el deporte marcaban los desplazamientos de la población. Los movimientos a otros lugares fueron evolucionando y ampliándose a la largo de las Edades Media y Moderna (López Alonso, 1995). En el siglo XIX, el marco semántico<sup>1</sup> de “viaje” se asienta sobre la noción de “placer” como resultado de la revolución industrial y de los grandes cambios que representaron la consolidación de la burguesía y los nuevos estilos de vida de la sociedad, que no sólo dispone de tiempo libre para viajar sino también de posibilidades económicas para hacerlo. Como es bien sabido, a

---

<sup>1</sup> Para una precisión sobre la noción de marco semántico y sus posibles aplicaciones, Cfr. López Alonso, C. (2003): “Marcos semánticos en la relación de filiación madre/hija”, en M. Ramond (ed) *Mère/Fille*. Université de Montpellier. Montpellier: 195-210; y López Alonso, C. (2004): “El marco semántico de ‘retahíla’ como constructor del esquema narrativo”, en A. Redondo (ed.), *Carmen Martín Gaité*. Ediciones del Orto. Madrid: 135-147.

mediados de ese siglo, empiezan a surgir las primeras agencias de viaje y el ‘voucher’ hasta llegar a un siglo XX en el que, a pesar de sus dos grandes guerras mundiales y de los conflictos internos, el gran boom turístico se instaura en la llamada sociedad del bienestar, fomentándose el deseo de viajar y conocer otros países y culturas y se empiezan a estandarizar los productos turísticos.

El incremento del sector turístico en el siglo pasado produce como efectos discursivos el que se modifiquen, amplifiquen, creen y especialicen toda una serie de géneros – guías, anuncios, folletos, libros de viaje, presupuestos, ofertas, reportajes, críticas, debates, documentales, propaganda, artículos, etc.-, tanto informativos como interactivos, que se localizan en cuatro ámbitos de actividades:

1. Desarrollo de los productos turísticos –turismo cultural, de masas, individual, de negocio, científico, etc.-;
2. Especificación de sus servicios –alojamiento, acogida, consultoría, intermediación, etc.- (Blasco, 2006);
3. Incremento de empresas turísticas –hostelería, restauración, transporte, etc. – y, en consecuencia,
4. El turismo como tal fenómeno social provoca (a) efectos económicos –empleo, producción, inversiones, etc.-, (b) culturales –intercambios de formas y modos de vivir, mejor conocimiento de otras sociedades, etc.-, y (c) sociopolíticos, en la medida en la que se trata de una actividad productiva que tiene que estar sometida al control público.

El término de *ciberturismo* o *turismo digital* se utiliza para referirse al discurso turístico que se desarrolla en Internet con la finalidad de producir, difundir, vender o investigar en contenidos turísticos que van adquiriendo cada vez más identidad en el ciberespacio y, dadas sus prestaciones, desplazan lentamente, en mayor o menor medida, a los discursos tradicionales (Bigne et al., 2000; Piscitelli, 2005; Sanmartín Sáez, 2012).

## **2. TRANSDISCIPLINARIEDAD Y TURISMO DIGITAL**

La noción de transdisciplinariedad ha hecho ya un largo camino que se empieza a vislumbrar en la década de los 70 del siglo pasado con las propuestas, entre otras, de psicólogos, filósofos o sociólogos como J. Piaget (1967), P. Freire (1967), M. Foucault (1969) o E. Jantsch (1970) que postulan la necesidad de romper con la parcelación, fragmentación e hiperespecialización de los saberes y defienden la necesidad de trabajar desde una visión integral del mundo que se apoye en una noción totalizadora del conocimiento.

En esa misma línea, en 1986, el filósofo y sociólogo francés E. Morin defiende una tesis sobre la transdisciplinariedad, exponiendo que las disciplinas aisladas no permiten comprender la multiplicidad y complejidad con las que se construye la ciencia, y propone que se rebasen los límites de las disciplinas para lograr una intervencionalización de los saberes desde una mirada global. En su libro *Les Sept savoirs nécessaires à l'éducation du futur*, publicado en el año 2000, argumenta que la especialización disciplinar no aborda una problemática del objeto de estudio en su conjunto porque se compartimentan los saberes y, por ello, se hace casi imposible su contextualización. Para este autor, (i) el conocimiento especializado es una forma de abstracción que responde a una disciplina aislada cuyas fronteras borran las relaciones de las partes con el todo, y (ii) es preciso superar la noción de “conocimiento abstracto” y trabajar

desde un “conocimiento complejo” porque los saberes (a) tienen que estar contextualizados para que adquieran sentido; (b) deben ser globales para poder plantearse las relaciones entre el todo y las partes; y (c) son multidimensionales, porque el hombre es un ser biológico, psíquico, social, racional, afectivo, etc., y forma parte de una sociedad con sus dimensiones histórica, geográfica, lingüística, política, económica, religiosa, etc.

La transdisciplinariedad es multirreferencial y multidimensional, es decir, se trata de ofrecer plurales visiones de un mismo objeto y, además, es transcultural. Estos novedosos acercamientos teóricos se apoyan en una lógica dialéctica en la que las partes se comprenden desde el todo y, a su vez, se basan en un principio de complementariedad que se sustenta en la incapacidad humana de agotar la realidad desde una única perspectiva, por lo que es preciso sumar los distintos puntos de vista en un todo coherente<sup>2</sup>.

Analizar cuáles son el origen y las condiciones del ciberturismo exige, sin lugar a dudas, una visión transdisciplinar. Baste para ello recordar que ya en la década de los 60 del siglo pasado el geógrafo yugoslavo Živadin Jovičić propone el término de “Turismología” para referirse al estudio del turismo como ciencia propia y, en 1972, crea la revista del mismo nombre en la que se encuentran artículos y reflexiones que abogan por una estrecha vinculación entre los conocimientos. En esas publicaciones no sólo se postula la necesidad de tener una visión transdisciplinar sobre el turismo sino que se rechazan acercamientos monodisciplinares y aportaciones unilaterales porque sólo es posible abarcar esa actividad social desde planteamientos globales.

En el turismo digital dialogan saberes dispares, se traspasan fronteras disciplinares y en ese quehacer holístico intervienen estrechamente tres grandes áreas científicas: (i) dentro de las llamadas Ciencias e Ingeniería, la Informática es básica y entra en estrecha relación con el Diseño gráfico y el Diseño de comunicación visual; (ii) entre las disciplinas Humanas y Sociales sobresalen la Geografía, la Historia, la Historia del Arte, la Literatura, el Análisis del Discurso, la Sociología o la Economía; y (iii) entre las llamadas Ciencias de la Cultura, la Fotografía, la Gastronomía, la Artesanía, el Folklore, etc.

Para estudiar y analizar los modos de producción y expresión del turismo digital en los diversos campos y sectores de la actividad humana -como los que se encuentran en guías turísticas, folletos, anuncios, reportajes, catálogos, repertorios, etc.- es preciso, pues, alejarse de la noción de competencia específica en un dominio del saber y entender que la pluralidad de formas de socialización que se mueve en esos entornos virtuales nos obliga a construir una red de relaciones entre las disciplinas y entender, tal como he avanzado, que el ciberturismo es un producto transdisciplinar y transcultural.

Por cuestiones de espacio, sólo voy a referirme brevemente a las dos disciplinas nucleares que determinan de modo directo la identidad del discurso turístico en Internet: la Informática y la Ingeniería del diseño; esta última en relación estrecha con el Diseño gráfico y el Diseño de comunicación visual<sup>3</sup>.

---

<sup>2</sup> Una descripción y análisis más completo sobre esta noción se encuentra en C. López Alonso (en prensa) “La transdisciplinariedad en los discursos digitales”, *Homenaje a Ricardo Escavi*. Murcia: Universidad de Murcia.

<sup>3</sup> Para un estudio detallado sobre la funcionalidad de estas disciplinas en los discursos digitales, Cfr. López Alonso, op. cit. “La transdisciplinariedad en los discursos digitales”.

De la Informática como ingeniería básica que soporta las máquinas, interesa especialmente el software sobre el que se construyen las páginas Web y la interacción entre la Web y el sistema operativo de cada cliente (Windows, Apple, Android, etc.). Una página Web es un documento digital que puede leerse por medio del hipertexto de forma multisequencial y facilita a los usuarios desplazarse de una información a otra a través de vínculos creados en la estructura semántica o definidos por el programador. El hipertexto es un hiperespacio con 'n' dimensiones que permite al internauta moverse con gran libertad e interactuar de forma ágil y flexible gracias a un gran número de posibilidades de las que merecen destacarse tres: (i) acumular, transmitir y difundir conocimientos, (ii) organizar los saberes, e (iii) intervenir en los textos.

El texto en papel de los discursos tradicionales sobre el turismo es un producto único, sin embargo, las potencialidades del universo virtual representan una ruptura de la linealidad y de la secuencialidad, produciéndose un gran número de innovaciones de las que destaco dos: (i) la hipertextualización multiplica las posibilidades de producción de textos, permitiendo enriquecer considerablemente las infinitas lecturas y, además, (ii) se potencian los estatutos comunicativo e interactivo de los cibergéneros al localizarse en Internet un gran número de productos turísticos, disponibles en todo momento, movibles, conectados con otros posibles corpus y que pueden ser utilizados por los internautas de modos muy variados. Navegar a través de un hipertexto turístico es moverse en un mundo de libertad en donde el turista digital es, al mismo tiempo, lector y creador de sus propios trayectos. Se trata de una nueva figura híbrida, heterogénea, casi mestiza, producto especialmente de la digitalidad<sup>4</sup>, interactividad<sup>5</sup>, multimedialidad<sup>6</sup>, conectividad<sup>7</sup>, estructura en red<sup>8</sup>, la multisequencialidad<sup>9</sup> y extensibilidad<sup>10</sup>, propiedades hipertextuales que permiten entender lo que significa la revolución tecnológica y cómo con esas plurales posibilidades se modifican y transforman los géneros turísticos existentes y se crean otros nuevos<sup>11</sup>.

En interconexión estrecha con la Informática se encuentran la Ingeniería del Diseño y el Diseño gráfico y en Comunicación visual que se ocupan de concebir, programar, proyectar y realizar comunicaciones visuales, es decir, se representan gráficamente ideas o contenidos procesados en términos de forma y de comunicación.

El ciberturismo requiere especialistas gráficos conocedores del desarrollo de las tecnologías, ya que el diseño (i) interactúa continuamente con los textos en una simbiosis entre códigos lingüísticos y soportes icónicos, gráficos, imágenes, etc.; (ii) orienta, modula y modifica las relaciones entre especialista o experto en la gestión turística y la construcción del producto, (iii) implica modos de aprehensión y lectura

---

<sup>4</sup> El hipertexto se desarrolla en documentos digitalizados e instrumentalizados en los ordenadores. La digitalidad permite integrar códigos diferentes y acceder a las diversas opiniones. La página Web es el producto digital por excelencia.

<sup>5</sup> Este término se aplica a tres usos: 1) relación usuario/máquina a través del hardware; 2) proceso comunicativo entre personas; 3) interfaz del usuario. La red es interactiva, es una conversación bidireccional entre receptor y emisor.

<sup>6</sup> Combinación de medios de expresión.

<sup>7</sup> Conexiones interdocumentales e intradocumentales mediante enlaces.

<sup>8</sup> Estructura que permite enlazar en la red nodos de información de cualquier tipo.

<sup>9</sup> Acceso no lineal a la información a través de los enlaces, lo que implica fraccionar el hilo discursivo, modificándose la noción de secuencia lineal como principio ordenador de la información.

<sup>10</sup> El texto se va amplificando a medida que se siguen los enlaces internos o externos al documento.

<sup>11</sup> Para una descripción ampliada de la noción de hipertexto y sus propiedades puede consultarse el cap. 6 "El discurso digital" en C. López Alonso, *Análisis del Discurso*: pp: 171-204.

diferentes de los textos; y (iv) sirve como elemento de conexión entre los documentos para el intercambio de informaciones. Para que una Web sea atractiva es aconsejable que el diseño gráfico esté bien seleccionado y cuidado.

Observando páginas Web de guías turísticas, promociones de hoteles, páginas institucionales, revistas sobre turismo, ofertas, etc., se comprueba que la transmisión colectiva y cultural que se desprende de esos productos sólo puede darse desde la flexibilidad de las herramientas del universo digital que multiplican las posibilidades de uso.

### **3. DE LOS GÉNEROS TRADICIONALES A LOS CIBERGÉNEROS TURÍSTICOS**

La comunicación digital potencia los estatutos informativo e interactivo y la Informática, la Ingeniería de Diseño y el Diseño gráfico y audiovisual configuran otras formas de gestionar la palabra y la imagen que, por sus propias características, son espacios en continua construcción, de ahí el carácter inestable de sus géneros que están en constante transformación.

Tal como he avanzado, las posibilidades hipertextuales e hipermediáticas rompen la linealidad y secuencialidad de los productos turísticos, modificando la manera en la que se crean esos textos, se reproducen las voces y se visualizan las imágenes. No se trata de un diálogo diferido en el espacio o en el tiempo, de una sustitución del papel, ni de una mayor rapidez y accesibilidad a las obras, sino que el enlace electrónico recrea, de manera distinta, la propia naturaleza del producto que se convierte en un universo en construcción, tanto en su contenido y estructura como en su forma de ser contado, leído, oído, visto y comprado. El ciberespacio anula las nociones de unidad, identidad y espacio.

Coincidimos con D. Maingueneau (2004:179) sobre la función esencial del medio cuando sostiene que “la modificación del soporte material varía radicalmente el género de discurso [...] Lo que se llama un “texto” no es un contenido que se fijaría en tal o cual soporte, *es uno con su modo de existencia material: modo de soporte/transporte y de almacenamiento, en consecuencia, de memorización*<sup>12</sup>”. El medio de comunicación, objeto de estudio de la reciente disciplina de Mediología (Debray 1991, 1994), influye intrínsecamente en la estructura, organización, planificación del texto y uso de la lengua<sup>13</sup>, lo que significa una configuración específica de los géneros discursivos. Desde este planteamiento, el uso de Internet en los discursos turísticos ha provocado un cambio sustancial en la producción y recepción de esos textos que se adaptan a otros escenarios y optimizan al máximo las propiedades hipertextuales que se pueden activar.

Como se expone en el apartado siguiente, los géneros turísticos tradicionales están presentes en los digitales que prolongan marcas de esos textos que le han precedido en el tiempo. El medio digital conserva y, a la vez, transforma esos géneros y, para ello, se apoya en las funcionalidades hipertextuales y en un gran número de herramientas de comunicación e interacción creándose productos híbridos que implican distintas estrategias de información e intercambio, lo que significa modalidades diferentes de producción, comprensión, interacción, compra y venta.

---

<sup>12</sup> La cursiva es nuestra.

<sup>13</sup> Por cuestiones de espacio no puedo detenerme en la lengua en los cibergéneros turísticos. Es interesante en este punto consultar las obras de Yus Ramos (2001) y de Mancera Rueda (2011) en la que analiza el lenguaje de los medios.

Voy a referirme a continuación a la manera en que las relaciones entre los discursos turísticos tradicionales y los digitales responden a determinadas marcas estables, invariabilidad que es un factor de regulación en el que se apoya el turista digital para comprender e interpretar los textos y plantearé, también, siguiendo los presupuestos de la Etnografía, cómo la comunicación digital supone una serie de modificaciones en los comportamientos de los participantes, usos de los tiempos, función del espacio e intenciones.

### **3.1. Interdiscursividad e intergeneración**

La categorización digital turística se basa en un cálculo de semejanzas que el sujeto tiene de los discursos sociales tradicionales a los que superpone los virtuales, de modo que identifica, sin dificultad, ciertas correspondencias entre el discurso turístico y el digital y entre los géneros tradicionales y los cibergéneros (Bathia, 2010). Esta interdiscursividad significa que los géneros digitales entran en estrecha relación con las formas tradicionales del discurso turístico, reflejando propiedades compartidas e institucionalizadas de los productos clásicos y conservando algunas marcas de esos discursos de los que provienen (López Alonso, 2014: 230-232). Ahora bien, la hipertextualidad digital implica una gran permeabilidad en el desplazamiento de formas que se renuevan, transmutan continuamente, y sus hibridaciones dan lugar a otras funcionalidades como resultado de la adaptación, derivación, contaminación, transformación o permutación de géneros.

Los viajeros digitales activan por medio de inferencias dos tipos de representaciones: (i) los esquemas que provienen de los géneros turísticos históricos, y (ii) elementos nuevos que se crean en el ciberespacio y que, por sus propias características multimodales, provocan un efecto de multiplicación. Así por ejemplo, si examinamos una página Web sobre establecimientos de alojamientos rurales y sus diversas especializaciones en una determinada comunidad –agro-turismo, albergue, casa forestal, casa molino, casa cueva, cortijo, etc.- se observa que se utilizan las clasificaciones habituales de la especialidad hotelera de los discursos tradicionales y comparten, además, tipos de informaciones que pueden ser de interés para el turista –formas de documentar los espacios, presentación de datos, explicaciones, ilustraciones, etc. La diferencia esencial que se crea en los sitios Web es que son espacios dinámicos: el turista digital puede consultar un gran número de informaciones diferentes, organizarlas de modo distinto, plantear múltiples trayectos, relacionar un texto con otros, interactuar con el experto o con otros internautas, de ahí el carácter abierto, inestable e inconcluso de esos cibergéneros que distancian sustancialmente el turismo digital de los productos en papel, que son textos cerrados.

### **3.2. La comunicación digital en el ciberturismo**

La comunicación digital potencia el estatuto comunicativo y configura otras formas de gestionar la palabra escrita, la voz y la imagen. El medio informático es un espacio en continua construcción y los documentos están en constante transformación, marca específica del ciberespacio (López García, 2005; Alonso, 2006). El discurso digital ha generado una crisis en el paradigma de la situación de enunciación, tanto en sus procesos de producción como de interpretación. La competencia digital, además, remite a la capacidad de entender y crear productos en la red, de saber seleccionar y organizar la información de la Web, de interactuar.

Las posibilidades hipertextuales e hipermediáticas modifican la manera en la que se crean y visualizan textos, voces e imágenes y, tal como he adelantado en el apartado anterior, el ciberespacio anula las nociones de unidad e identidad. Internet permite acceder a servicios turísticos de carácter informativo, interactivo, ficcional, didáctico, lúdico, etc. Los dos primeros, informativo e interactivo, son los marcos que construyen la finalidad primigenia de la producción digital y condicionan sus modalidades de enunciación.

Los cibergéneros turísticos son informativos e interactivos, es decir, se basan en la información, la dialogicidad y la cooperación, respondiendo a una filosofía de la interactividad y, por ello, casi todas las plataformas permiten incluir comentarios e interacciones en mayor o menor grado. Observando las redes turísticas se encuentran productos cuya finalidad principal es la información, y otros centrados en la interacción pero, en general, el objetivo de esas plataformas es crear grupos o microcomunidades con intereses afines, de ahí que no se establece una barrera entre comunicar e interactuar. Me referiré a continuación brevemente a las características discursivas de esos dos mundos digitales.

Como es bien sabido, la *información digital* está estrechamente relacionada con Internet y su evolución histórica. En sus orígenes en la década de los 80 era simplemente un modo de transmisión de datos que utilizaba un mismo lenguaje para interconectar diferentes redes y, posteriormente, se convierte en una metarred, dejando de ser un protocolo de transferencia de ficheros técnico-científicos para pasar a un uso generalizado de todo tipo de informaciones. A finales de esa misma década, la red se dota de nuevos instrumentos de carácter hipertextual que dan origen a la Web como diseño de documento numérico de información libre que el lector construya por sí mismo (Berners-Lee & Fischetti, 1999). El paradigma Web 1.0 en los años 90, que se difunde con el navegador Mosaic, se instala en Internet como un sistema hipermedia que funciona de cliente a servidor y, aunque esa Web sea sólo de lectura, es decir, los datos no pueden cambiarse y el usuario no puede tampoco interactuar con el contenido, supuso una auténtica revolución en la industria de la información, rompiendo con los modelos textuales en papel.

A principios de este siglo, se desarrolla la Web 2.0, que representa una segunda generación en la historia de la Web y una ampliación de servicios, lo que significó un cambio fundamental en la comunicación digital, ya que es un diseño centrado en el usuario que le permite no sólo consultar información sino, también, generar contenidos y comunicarse activamente en la red<sup>14</sup>. Como consecuencia de esos avances tecnológicos desaparecen las fronteras entre discursos informativos e interaccionales, ya que las voces se pueden alternar sin dificultad alguna y pasar de la información al intercambio según las necesidades de la comunicación (Yus Ramos, 2010).

Desde un enfoque discursivo, sin embargo, las marcas cognitivas de las dos modalidades –información e interacción digital– representan juegos de voces diferentes que influyen de manera directa en la identificación de los cibergéneros, sus finalidades y en la organización y planificación de los textos.

El mundo discursivo del “decir turístico” sigue el modelo cognitivo de “dar noticia de algo”, “aportar conocimiento”. Se trata de textos que se focalizan en las propiedades de los objetos, como puede observarse, por ejemplo, en la información turística de

---

<sup>14</sup> Para una ampliación sobre el estatuto del discurso digital, Cfr. López Alonso, 2014: 174-183.

productos o servicios que exponen e ilustran sus características para posibles viajeros. Son discursos cuya intención comunicacional es de carácter transaccional, es decir, de transmisión de contenidos.

En los cibergéneros informativos se establece una relación estrecha del usuario con la máquina a través del hardware y, tal como acabo de adelantar, dadas las posibilidades que ofrece la Web 2.0, el usuario puede intervenir, interactuar, pedir aclaraciones, emitir opiniones, etc. Si observamos páginas Web de promoción turística, especialmente con ánimo de lucro, pero también en páginas institucionales, se encuentran informaciones de todo tipo, en las que es posible incluir intercambios y comentarios como, por ejemplo, en visualizaciones de un fotolog, en la blogosfera, en un videoblog de información audiovisual, en un blogging fotográfico, en un intercambio de presentaciones como Slideshare, en Vimeo o en plataformas como Google+Linkedin, Pinterest, Fousquare, Flickr, etc. Recuérdese que Fousquare es una red social para la geolocalización y recomendación de lugares y Flickr una red social fotográfica profesional o semiprofesional con comentarios y geolocalizaciones.

*Los cibergéneros de interacción* se popularizan a principios de este siglo con el desarrollo de la Web 2.0, son de carácter conversacional, y su finalidad primera es mantener un lazo social, de ahí que el estatus de los internautas está determinado por la cibercomunicación desde parámetros dialogales y conversacionales. La finalidad de esos discursos es interaccional y corresponde a la realidad cognitiva de “hacer conjuntamente”, ya sea como influencia mutua o como juego de acciones y reacciones entre los internautas. Se trata, en efecto, de una interacción activa que requiere la colaboración de los participantes en el intercambio que interactúan en un coro de voces como, por ejemplo, en los chat, foros o en redes sociales como Facebook, Microblogging y, especialmente, en Twitter.

Como veremos a continuación, en los cibergéneros informativos nos encontramos con una enunciación monogestionada, marcada por el especialista o experto en comunicación turística, mientras que los discursos interactivos son plurigestionados, ofreciendo una gran heterogeneidad de regímenes y registros comunicativos según las intervenciones de los turistas digitales.

### **3.2.1. La enunciación en los cibergéneros monogestionados**

Siguiendo los presupuestos de Análisis del Discurso aplicado al universo digital turístico es fundamental identificar el tipo de contrato de comunicación que se establece, cuáles son las personas y voces de esos discursos y cómo se construye la intersubjetividad y sus funciones sociales para poder observar de qué modo se transmiten las informaciones y saberes y de qué manera los lectores interpretan esos textos. Para ello, es preciso tener en cuenta los cinco condicionantes siguientes:

1. La vinculación enunciador y texto, es decir, la relación entre los expertos dentro de la comunidad discursiva turística y los productos objeto del “decir”;
2. La relación enunciador/lector, relación asimétrica porque se trata de dos actores sociales -especialista o agente turístico y turista digital, posiblemente no experto en el área;
3. El turista digital y la navegación en varios textos, lo que implica;
4. La conexión entre la pluralidad de documentos y su unidad referencial, y
5. La reconstrucción de un saber abierto e inconcluso, que siempre estará sometido a plurales ampliaciones y variaciones.

A su vez, para un análisis sobre el estatus de los participantes y qué rol específico ocupa cada uno de ellos según su contexto y circunstancias podemos distinguir, al menos, los cuatro parámetros y características siguientes:

- 1.- Los sujetos enunciativos –*especialistas o agentes de la gestión turística/turista digital*– no comparten la misma situación de enunciación ni las mismas funciones sociales, ya que el primero tiene como objetivo persuadir sobre la calidad del producto -de ahí la carga argumentativa que encierran habitualmente estos textos, especialmente los comerciales-, mientras que el turista digital se acerca a los textos desde muy variados intereses;
- 2.- Los internautas, según la función social que representen, responden a plurales contextos de producción; además, se sitúan en tiempos diferidos, por lo que el contenido de los textos y la intención del agente de gestión turística pueden tener interpretaciones y efectos muy distintos en los turistas digitales;
- 4.- La organización prototípica de esos cibergéneros es un espacio delimitado por dos situaciones complementarias, marcadas por la asimetría de los participantes en la comunicación: (i) el contenido del documento depende de lo que el autor o autores experto(s) haya(n) decidido, cómo lo haya(n) organizado, contextualizado y cómo se localizan los datos, y (ii) el espacio de interactividad del turista digital con el documento responde a sus intenciones y finalidades; en consecuencia
- 5.- El documento informativo es dual porque, por una parte, es el resultado de un proceso de construcción del agente turístico –*monogestionado*– y, por otro, se somete siempre a la interpretación del viajero digital que, además, puede realizar recorridos muy diferentes, modificar los vínculos, conectar un hiperdocumento a otro, es decir, hacer un único documento de dos hipertextos o marcar vínculos entre una multitud de documentos, ya que un texto digital, tal como he avanzado, es una lectura particular de un hipertexto.

Los hiperdocumentos Web, abiertos y accesibles en una red informática, son poderosos instrumentos de escritura–lectura colectiva. El experto que concibe o estructura, por ejemplo, una página Web turística es, al tiempo, autor y lector y, a su vez, el turista digital, que actualiza un recorrido determinado, es lector y autor, ya que, al seleccionar los documentos, contribuye a su configuración final. Se trata de un proceso cognitivo que he denominado *lectoescritura* por la simbiosis que se crea en el ciberespacio al borrarse los límites de escritor/lector, convirtiéndose este último en una figura híbrida, casi mestiza, producto de la interactividad que facilita el hipertexto y que posibilita lecturas y escrituras interminables (López Alonso 2014:174). En consecuencia, el medio informático configura otras formas de gestionar la palabra y, por sus propias características, son espacios en permanente construcción, de ahí el carácter inestable de los cibergéneros, marca específica del discurso digital

### **3.2.2. La enunciación en los discursos interactivos**

La Web 2.0, tal como he precisado en el apartado anterior, es un diseño centrado en el usuario que le permite compartir información e interactuar como autores de contenido. Esta evolución técnica supuso la gran revolución en los productos informáticos al desplazarse el foco de atención de la información en sí misma a un virtual intercambio entre los internautas.

Frente al estatismo de la Web 1.0, la Web 2.0 es un espacio de integración social y tecnológica donde las herramientas y aplicaciones proporcionan servicios para generar

contenidos y poder comunicarse interactivamente en la red. Como resultado de esta evolución técnica, de carácter económico, político y social, surge un gran número de posibilidades y el ciberespacio se convierte en un modo de comunicación que no sólo responde a intercambios verbales interpersonales, como los correos electrónicos, sino que es el medio privilegiado de comunicación mundial.

El estudio de las redes es el centro de atención de las Ciencias Sociales y Políticas en donde se analiza la influencia de la estructura social sobre el individuo y de los individuos en la sociedad y, desde muy diferentes enfoques interaccionistas, se postula que los significados se generan en la interacción social y alcanzan a la sociedad en su conjunto (Capdevilla Domínguez, 2010). Formar parte de una comunidad virtual significa compartir un universo comunicativo, social, cultural, ideológico y político. Los discursos digitales son productos de interacción social y son un sistema de representación del mundo, un reflejo de las creencias, tensiones y enfrentamientos sociales que se instauran en la sociedad y la lengua muestra, explícita o implícitamente esas representaciones compartidas por grupos o individuos que dan forma a la identidad social. Recuérdese por ejemplo, la función de las redes en la separación de Crimea de Ucrania.

La interacción digital es un proceso que es la base de la comunicación y tiene como resultado el intercambio que, por las propias características del ciberespacio, puede ser simultáneo o retardado, pero la modulación del crono no altera el que se construya un juego de voces cuya reciprocidad se visualiza a través de la pantalla. Se trata de un mundo discursivo de “hablar con alguien”, un “decir/hacer compartido”, en el que el internauta participa activamente.

En los cibergéneros conversacionales turísticos, la supresión de las distancias temporales y geográficas y los modos de interactuar con el medio informático suponen otras visiones y representaciones espaciales cuya planificación es casi siempre interactiva e interaccional, de ahí que esté siempre plurigestionada. Esa presencia de voces, tal como he adelantado, puede seguir un esquema binario de alternancia interpersonal producción/recepción o una interacción colectiva como en las redes sociales. En ambos casos, son diálogos abiertos cuya intercomprensión se construye sobre el principio de cooperación y respuesta.

La participación de los sujetos en los discursos interactivos digitales, aunque ofrece una gran heterogeneidad de regímenes comunicativos, responde a la situación comunicativa prototípica siguiente:

1. Los *interlocutores* son los sujetos virtuales que participan en la interacción desde un modelo cognitivo de “hacer conjuntamente”, estatus social colectivo del universo de la acción que un sujeto aplica al otro u otros, como en Facebook, Twitter, Skype, etc.;
2. Los sujetos enunciativos –*agente experto/turista digital*– intervienen en el acto de enunciación, interacción en la que ejercen sus influencias respectivas sobre lo que se comunica;
3. Al tratarse de modalidades plurigestionadas –*ciberconversaciones*– como el chat, foros, redes sociales, etc.–, la *localización* es directa, deíctica y dialogal y, por ello, los internautas comparten habitualmente un mismo *tiempo* –aunque puede ser diferido como en los foros en el que alguien lanza una pregunta a la red y hay espacios de tiempo más largos–;
4. El *espacio* está mediado por la pantalla y, en consecuencia, los dispositivos hipertextuales en las redes digitales han desterritorializado el texto, haciendo surgir un

producto metamórfico, sin fronteras delimitadas;

5. El contexto de producción y de intercambio depende de las condiciones particulares de los participantes a las que, con frecuencia, no es posible ni fácil acceder, por lo que los textos digitales tienen su propio sistema de marcas intratextuales.

A modo de ejemplo, las páginas Web sobre empresas turísticas ofrecen una gran diversidad de servicios de producción o de distribución con herramientas muy variadas, pero responden a las cuatro relaciones prototípicas siguientes:

1. Del profesional con el turista digital: la función dominante es la persuasiva, ya que se trata de convencer sobre el interés del producto y, para ello, se recurre a (i) la descripción y la narración de espacios y funciones, y (ii) a la argumentación y a la explicación de las ventajas que conlleva elegir determinados productos;
2. De los viajeros digitales con el agente turista: ya sea para solicitar aclaraciones, explicaciones, etc., o interacciones sociales determinadas por (i) el tipo de intercambio y formas de tratamiento, (ii) la relación de los participantes, es decir, su identidad y estatus asimétrico, (iii) el contexto social en el que se origina, y (iv) la temática del intercambio;
3. De los viajeros digitales con otros usuarios, intercambiando conocimientos, comentarios, interacciones muy variadas en las que predominan las funciones informativa y explicativa; y
4. Ciberconversaciones entre expertos para explicar, aclarar o intercambiar opiniones desde diferentes niveles competenciales.

#### **4. CLASIFICACIÓN DE LOS CIBERGÉNEROS TURÍSTICOS**

No es fácil establecer una clasificación de los géneros turísticos tradicionales y es aún más complejo fijarla en los cibergéneros, de ahí que retengo tres criterios de identificación: (i) las marcas de interdiscursividad a las que he hecho referencia anteriormente, es decir, grados de transparencia y de fidelidad entre los géneros tradicionales y los digitales; (ii) la diversidad de las prácticas y espacios discursivos, como ámbitos de aplicación, finalidad, localización, etc.; y (iii) una propuesta de discursiva de carácter integral, en la que se combinan las características lingüísticas con las finalidades comunicativas y las situacionales.

##### **4.1. Clasificación genética**

Uno de los primeros estudios sobre los géneros tiene su origen en el siglo V a.C. en la Sicilia griega ante los conflictos jurídicos que se plantean por la propiedad de las tierras incautadas por los tiranos. En la *Techné Rhetoriké* de Córax se precisa cómo hay que argumentar para convencer y en qué momentos.

Las clasificaciones de Platón y su tripartición en épicos, dramáticos y líricos marcan especialmente los estudios literarios hasta nuestros días, pero hay que esperar al Romanticismo para encontrarnos con la diferencia entre “palabras intransitivas”, aplicadas a la escritura literaria, y “transitivas”, que corresponden a la lengua general, distinción que marcará los estudios filológicos, estilísticos y la Nueva Crítica en los siglos XIX y XX.

A mediados del siglo pasado, M.M. Bajtin (1952-53/1979) defiende que el género implica, en primer lugar, situar la lengua en relación con el discurso en el que se actualiza y, en segundo lugar, que los géneros son un conjunto más o menos estable de enunciados que una comunidad puede identificar según las diversas esferas de la

actividad social<sup>15</sup>. Esta visión pragmática de género remite, por tanto, a una forma relativamente estable en un dominio concreto de la actividad humana, actividad que encuadra y limita su finalidad, contenido, estructura, estilo y lengua.

Centrándome por cuestiones de espacio en los géneros del ciberespacio, algunos autores (Bathia, 1993; Shepherd y Watters, 1998; Calvi, 2006; López Alonso, 2014, etc.) proponen clasificaciones ateniéndose al proceso de integración de los géneros impresos en el medio digital.

K. Crowston y M. Williams (2000) defienden que los géneros tradicionales se definen por su *contenido* y *forma* mientras que los cibergéneros incluyen, además de esas dos características, la *funcionalidad* o posibilidades que ofrece Internet en la configuración e hibridación de géneros. Establecen dos tipos de cibergéneros:

A.- *Existant cybergenres*, para referirse a los géneros que ya existen en los discursos tradicionales; se trata, más bien, de una escritura digitalizada en la que se migra de un texto en papel a un texto en formato electrónico. En esta categoría estos autores establecen, a su vez, dos modelos

(i) *Replicated cybergenres* o textos duplicados de los tradicionales como, por ejemplo, los primeros periódicos digitales en los que simplemente se utilizaba la tecnología para digitalizar los documentos y ponerlos a disposición del usuario en Internet; y

(ii) *Variant cybergenres* que, aunque se basan en productos ya existentes, se aprovechan de las ventajas del formato digital para realizar hipervínculos, ventanas con audio, video, etc., logrando una mayor interrelación en los textos.

B.- *Novel cybergenres* o géneros propiamente digitales, es decir, obras creadas para formato digital, ya sea con independencia de los existentes o como evolución. En esta última categoría los autores distinguen dos subtipos:

(i) *Emergent cybergenres* o géneros digitales en sentido estricto que nacen a partir de ese medio y sólo pueden ser leídos en ese contexto dadas las propiedades hipertextuales que se pueden activar; y

(ii) *Spontaneous cybergenres*, en los que entran toda una serie de textos originales, habitualmente de autor como la página personal o las preguntas frecuentes. Estas propuestas de carácter cognitivo se basan en la competencia que tienen los sujetos para reconocer formas y funciones, fuentes cognitivas que residen en la memoria y a las que recurre constantemente el lector para identificar y clasificar las actividades discursivas. Se trata, en definitiva, de una visión de lingüística genética desde la que se postula, en primer lugar, que todo texto se inscribe en un género que pertenece a un discurso y, en segundo lugar, que el género pertenece a una familia tipológica, es decir, que procede de otros textos a los que se asemeja parcialmente y, por ello, esa invariancia marca la intergenericidad (López Alonso y Séré, 2003; López Alonso, 2014:15; 230-233).

Si aplicamos esta tipología genética a los cibergéneros turísticos habría que determinar y analizar (i) cuáles son las marcas de invariancia que comparten los productos digitales con los tradicionales, (ii) cuáles son sus modificaciones como consecuencia de la hipertextualidad, (iii) qué tipo de hibridaciones se producen, y (iv) qué géneros nuevos surgen en contacto con el ciberespacio.

---

<sup>15</sup> Una descripción detallada de la noción de género discursivo puede seguirse en C. López Alonso, *Análisis del Discurso*: 212:232.

#### **4.2. Tipologías situacionales**

Los cibergéneros turísticos pueden clasificarse según las actividades sociales en las que se actualizan y en función de la diversidad de las prácticas y espacios discursivos, según los usos y necesidades de la comunicación y sus dominios semánticos. Las realizaciones discursivas son inseparables de la situación de comunicación y de sus campos de actividad, ya que todo discurso se configura en un determinado contexto comunicativo en el interior de una práctica verbal específica.

Las plurales situaciones discursivas en el ciberturismo dan lugar a variados tipos de discursos como resultado de la actividad sociohistórica y de sus finalidades. Estas clasificaciones son inicialmente generales como, por ejemplo, los sectores o efectos turísticos; posteriormente, se dividen en subtipos que describen la heterogeneidad de ofertas en el interior de un mismo dominio. Dentro del sector turístico, como ya he adelantado, nos encontramos con productos, empresas y servicios turísticos que, a su vez, reenvían a realidades y finalidades distintas. Por ejemplo, en las empresas turísticas se distingue entre la hostelería, la restauración o el transporte; si nos centramos en la restauración, en un gran número de páginas Web se clasifican los principales establecimientos de alimentación como restaurante, cafetería, bar, etc. También es muy frecuente ver ofertas en las que se diferencian los establecimientos que se dedican a la alimentación tradicional, según las costumbres gastronómicas de la zona, y los que ofertan innovaciones culinarias –cocina de autor-, etc.

Autores como M. V. Calvi (2006:53-54; 2010) proponen otro tipo de clasificaciones en las que analizan diversos parámetros. Por ejemplo, según el tipo de organización distingue entre páginas (i) de publicidad directa, (ii) de carácter promocional; y (iii) que ofrecen informaciones de interés turístico.

La comunicación ciberturística está constitutivamente unida a un espacio social en donde se utilizan diversos géneros discursivos con sus características formales, lenguaje, normas, valores y reglas, lugares de actuación en los que se desarrolla la actividad que orienta la finalidad del discurso. El espacio social responde, por tanto, a una zona de interacción que está delimitada por la finalidad y sometida a un contexto específico. A modo de ejemplo, puede observarse que no se utilizan los mismos parámetros en la oferta de un producto de turismo individual, en el que el sujeto configura su propio viaje sin recurrir a operadores turísticos, que un turismo de masas, como las ofertas que aparecen todos los años sobre el turismo de sol y playa.

#### **4.3. Tipologías discursivas**

Desde un enfoque discursivo y siguiendo a D. Maingueneau (2004:178-180), las tipologías discursivas responden a propuestas en las que se combinan las características lingüísticas con las finalidades comunicativas y las situacionales de manera que pueda abarcarse la diversidad de actividades verbales y sus modos de organización. Este autor considera que en el análisis de una práctica discursiva deben tenerse en cuenta los seis parámetros siguientes que, por su interés, voy a sintetizar brevemente:

1. La *finalidad*: “todo género de discurso busca un cierto tipo de modificación de la situación en la que participa”. Por ejemplo, con los productos turísticos que se ponen a disposición del viajero para un destino determinado se intenta convencerle de que la oferta es atrayente.

2. El *estatus de los participantes*: cada sujeto ocupa un rol específico. En el turismo de

negocios que desarrollan en general las empresas, por ejemplo, no tienen la misma función el empresario, que trata de prestar un servicio, que el cliente, que es un posible comprador.

3. Las *circunstancias*: “todo género de discurso implica un cierto tipo de lugar y de momento apropiados para sus logros”. Podría ser interesante analizar las atracciones turísticas que se ofrecen en los parques temáticos y en los que se busca que el visitante participe activamente para valorar el lugar.

4. El *modo de inscripción en la temporalidad*, según la periodicidad, duración, continuidad o plazo de caducidad.

5. El *plan del texto* u organización, con el encadenamiento de sus constituyentes en los diversos niveles; y

6. El *uso de la lengua*, ya que a cada género de discurso se asocian determinados empleos de la lengua que funcionan como normas.

Deteniéndome brevemente en el carácter discursivo de los productos turísticos y teniendo en cuenta sus funciones transaccionales e interaccionales propondría un acercamiento discursivo a esos cibergéneros partiendo del enfoque transdisciplinar al que me he referido en los primeros apartados y estableciendo una interrelación estrecha entre los parámetros siguientes: tipo de discurso y género, dominio de actividad con el contexto social en el que se crea, modos de organización y marcas formales de los textos<sup>16</sup>.

El nivel superior del análisis se localiza en el *tipo de ciberdiscurso* que, a su vez, forma parte del *interdiscurso* turístico general y que, como todo comportamiento social, está sometido a sus reglas y normas.

El segundo nivel corresponde al *cibergénero*, forma relativamente estable pero con gran variedad de las prácticas discursivas. Tal como he adelantado, los géneros, a pesar de su heterogeneidad, corresponden a esquemas más o menos establecidos que implican un tipo de estructura y de composición determinadas (apartado 4.1.).

El tercer nivel es el del texto. El texto o corpus de textos que se vayan a analizar reflejan las prácticas discursivas según los ámbitos y espacios sociales en los que se desarrolla la actividad comunicativa. Desde la Lingüística textual se postula que el texto está en estrecha dependencia con el discurso y el género pero, asimismo, lo que distingue a un texto de otro es (i) el contexto en el que se origina, y que cada uno (ii) tiene su identidad específica según las voces enunciativas (apartados 3.2: 3.2.1., 3.2.2.), su planificación, estructura composicional y los mecanismos de textualidad que hacen del texto una unidad de intención comunicativa y de contenido.

En todo caso, la clasificación y estudio de los cibergéneros turísticos no debería hacerse desde un único criterio, sino que deben combinarse distintos niveles de análisis en los que se tengan en cuenta el tipo o los tipos de modalidad enunciativa, el dominio o zona de actividad, sus modos de organización discursiva y las marcas formales de esos textos.

### A modo de conclusión

Plantear un estudio del ciberturismo, dadas las propias condiciones del medio informático, exige optar por un enfoque transdisciplinar en el que se supere la fragmentación de conocimientos y se parta de una visión integral y global que permita

---

<sup>16</sup> Un análisis detallado de un acercamiento textual de los discursos puede seguirse en el capítulo 8 de *Análisis del Discurso*: 235-281.

reflexionar sobre la complejidad de esos productos y sus interacciones multisemióticas. Las relaciones entre las disciplinas que intervienen en los discursos digitales turísticos se construyen desde un determinado número de conocimientos vinculados entre sí, nuevo marco epistémico en el que se vinculan las diferentes ramas del saber, especialmente las Ciencias y la Ingeniería, las disciplinas Humanas y Sociales y las Ciencias de la Comunicación y de la Cultura.

El ciberturismo es una nueva área del turismo que está vertebrado en torno a la representación de “viaje” y motivado por intereses muy diversos, gobernados por el deseo de descubrir, valorar y relatar lo desconocido. En la sociedad actual, y bajo los efectos del ciberespacio, la noción de desplazamiento en sí misma no sólo contribuye a modificar las bases de la vida cotidiana para integrarse en otras significaciones culturales sino que, por sus propiedades hipertextuales y por sus herramientas multifuncionales, son espacios virtuales de conocimiento, evasión y fascinación, de modo que el turista digital, incluso sin moverse de su espacio físico frente a la pantalla y gracias a la lectura de los documentos y sus posibles intercambios, puede realizar sus viajes imaginarios en la línea de J. Cortazar en *La vuelta al mundo en ochenta días*. Finalmente, desde un enfoque discursivo que es el mío, es imprescindible plantearse la relación entre el medio y el producto y de qué manera pueden clasificarse y analizarse esas prácticas discursivas según las voces, usos de la lengua, situaciones de comunicación e intenciones y finalidades de la interactividad.

En los cibergéneros turísticos analizados se enlazan armónicamente las descripciones dinámicas del espacio sometidas como lo están a una tensión y ruptura abiertas entre lo conocido, continuo y accesible del punto de partida y lo desconocido, discontinuo e inaccesible de aquel espacio al que se pretende llegar.

### **Referencias bibliográficas**

- ALONSO, J. (2006): *Comunicación virtual. Elementos y dinámicas*. Madrid, Unión Editorial.
- BAJTÍN, M.M. (1952-1953 [1979]): “El problema de los géneros discursivos”, en M. M. BAJTÍN., *Estética de la creación verbal*. Siglo XXI, 1982. México: 248-293.
- Berners-Lee, T. & Fischetti, (1999): *Tejiendo la red. El inventor de la World Wide Web nos descubre su origen*. Madrid, Siglo XXI (2000).
- BHATIA, V. K. (1993): *Analysing Genre: Language Use in Professional Setting*. Londres/Nueva York, Longman.
- BHATIA, V. K. (2010): “Interdiscursivity in professional communication”, en *Discourse and Communication*, 4, 1: 32-50.
- BIGNÉ, J.E., Font, X. & Andreu, L. (2000): *Marketing de destinos turísticos: análisis y estrategias de desarrollos*. Madrid, ESIC.
- BLASCO, A. (2006): *Manual de gestión de producción de alojamientos y restauración*. Madrid, Síntesis.
- CALVI, M.V. (2006): *Lengua y comunicación en el español del turismo*. Madrid, Arco/Libros.
- CALVI, M.V. (2010): “Los géneros discursivos en la lengua de turismo. Una propuesta de clasificación”, en *Ibérica* 19:9-32.
- CAPDEVILLA DOMÍNGUEZ, D. (2010): “Las Redes Sociales. Tipología, uso y consumo de las redes 2.0 en la sociedad digital actual”. *Documentación de las Ciencias de la Información* 3:45-68.

## Turismo y representación espacial

PIÑEIRO MACEIRAS, M.L., CHAPUIS, L. Y RE, M. (EDS.)

- CROWSTON, K & Williams, M. (2000): "Reproduced and emergent genres of communication on the World Wide Web" en *The Information Society* 16:201-215.
- DEBRAY, R. (1991): *Cours de médiologie générale*. París, Gallimard.
- DEBRAY, R. (1994): *Manifestes médiologiques*. París, Gallimard.
- FOUCAULT, M. (1969/1978): *La Arqueología del saber*. México, Siglo XXI.
- FREIRE, P. (1967/1989): *Educação como prática da liberdade*. Río de Janeiro: Paz e Terra.
- JANTSCH, E. (1979): "Hacia la interdisciplinaridad y la transdisciplinaridad en la enseñanza y la innovación", en L. Apostel, G. Berger, A. Briggs y G. Michaud (eds), *Interdisciplinaridad. Problemas de Enseñanza e Investigación en las universidades*.
- LÓPEZ ALONSO, C. (1995): "Viaje y representación espacial", en *Compás de Letras* 7: 33-47.
- LÓPEZ ALONSO, C. (2003a): "Marcos semánticos en la relación de filiación madre/hija", en M. Ramond (ed) (2003). *Mère/Fille*. Université de Montpellier. Montpellier: 195-210.
- LÓPEZ ALONSO, C. (2004): "El marco semántico de 'retahíla' como constructor del esquema narrativo", en A. Redondo (ed.), *Carmen Martín Gaité*. Madrid, Ediciones del Orto: 135-147.
- LÓPEZ ALONSO, C. (2014): *El Análisis del Discurso*. Madrid, Síntesis.
- LÓPEZ ALONSO, C. y SÉRÉ, A. (2001): *La lectura en lengua extranjera. El caso de las lenguas románicas*. Romanistik, 6. Hamburgo, Helmut Buske Verlag.
- LÓPEZ ALONSO, C. y SÉRÉ, A. (eds.): (2003): *Nuevos géneros discursivos: los textos electrónicos*. Madrid, Biblioteca Nueva.
- LÓPEZ ALONSO, C. (en prensa) "La transdisciplinaridad en los discursos digitales" en *Homenaje a Ricardo Escavi*. Murcia, Universidad de Murcia.
- LÓPEZ GARCÍA, G. (2005): *Modelos de comunicación en Internet*. Valencia, Tirant lo Blanch.
- MAINGUENEAU, D. (2004): *Le discours littéraire. Paratopie et scène d'énonciation*. París, Armand Colin.
- MANCERA RUEDA, A.Mª. (2011): *¿Cómo se habla en los cybermedios? El español coloquial en el periodismo digital*. Berna, Peter Lang.
- MORIN, E. (1986/1992) : *La Connaissance de la connaissance* (t. 3). París, Nouvelle édition, coll. Points.
- MORIN, E. (1990) : *Introduction à la pensée complexe*. París, Le Seuil.
- MORIN, E. (2000) : *Les Sept savoirs nécessaires à l'éducation du futur*. París, Le Seuil.
- PISCITELLI, A. (2005): *Internet, la imprenta del siglo XXI*. Barcelona, Gedisa.
- SANMARTÍN SÁEZ, J. (ed) (2012): *Discurso turístico e Internet*. Madrid, Iberoamericana Vervuert.
- SHEPHERD, M. & WATTERS, C. (1998): "The Evolution of Cybergenres", en R. Sprague (ed): *Proceedings of the 31th Annual Hawaii International Conference on System Sciences*. IEEE-Computer Society: 97-109. Los Alamitos (CA).
- YUS RAMOS, F. (2001): *Ciberpragmática: el uso del lenguaje en Internet*. Barcelona, Ariel.
- YUS RAMOS, F. (2010): *Ciberpragmática 2.0*. Barcelona, Ariel.

## ESPACIOS VIRTUALES PARA EL LÉXICO DEL TURISMO: DICCIONARIOS Y GLOSARIOS EN LA RED

*María MATESANZ DEL BARRIO*

Universidad Complutense

[mmatesanz@filol.ucm.es](mailto:mmatesanz@filol.ucm.es)

### **Resumen**

Este estudio se propone describir y analizar las características de una subtipología terminográfica de ámbito profesional, la de los diccionarios y glosarios de turismo y disponibles en la red. El enfoque que habitualmente se adopta en estos trabajos tipológicos es la del terminólogo o lexicógrafo, pero raramente se interpretan los datos desde la perspectiva del usuario. La información lingüística que contienen los repertorios lexicográficos de lenguas de especialidad de la red, analizada desde distintos puntos de vista, es relevante para los usuarios porque puede facilitarles la elección del ejemplar que más se ajusta a sus necesidades concretas de búsqueda. En este artículo describimos y analizamos cuáles son las características de los diccionarios y glosarios de turismo en la red y con qué criterios puede contar el usuario para evaluar la validez y fiabilidad de la información léxica encontrada.

**Palabras clave:** terminología, turismo, internet, diccionario, glosario

### **Abstract**

The purpose of this study is to describe and analyze the characteristics of a terminographic subtypology in a professional setting, that of the online dictionaries and glossaries aimed at tourism. The approach often adopted by these typological works is that of the lexicographer or wordsmith, but it is uncommon to find an interpretation of the data from the perspective of the user. The linguistic information which the online lexicographic repertories for speciality languages contain, analyzed from different points of view is relevant for the users because it can facilitate choosing the terms which better adjust to the user's specific search needs. In this article we describe and analyze the characteristics of the online dictionaries and glossaries for tourism, as well as the criteria that the researcher can trust in order to evaluate the validity and the reliability of the lexical information found.

**Keywords:** terminology, tourism, Internet, dictionary, glossary

## 1. INTRODUCCIÓN

Resulta una obviedad decir que el número de diccionarios y glosarios en la red en cualquier lengua es enorme, porque basta hacer una búsqueda con los descriptores *diccionario* y *glosario* para constatarlo. No parece demasiado aventurado afirmar que cualquier ámbito de conocimiento, entendido en sentido amplio, dispone de un diccionario o glosario, por reducido que éste sea. La demanda de información especializada propicia la consulta y construcción de repertorios por parte de usuarios interesados en esa materia, contribuyendo de esta forma a la mejora o creación de nuevos recursos digitales. No obstante, la especialización del contenido no siempre conlleva una actividad terminográfica profesional en la construcción. Es más, la mayoría de los diccionarios y glosarios especializados de internet son de creación libre, es decir, que han sido creados libremente por la iniciativa individual o de grupos sin apoyos editoriales o institucionales. Esta forma de construcción de diccionarios y glosarios no se rige, en general, por criterios lexicográficos, ni tampoco intervienen en su elaboración expertos. El léxico no recibe un tratamiento sistemático propio de la terminografía, como sí ocurre con los diccionarios y glosarios de las lenguas de especialidad que se consideran de referencia (Bergenholtz et. al., 1995; Bowken, 2003; Edo, 2009). En la red conviven tanto obras lexicográficas especializadas de prestigio como páginas web únicas que se autodenominan diccionarios o glosarios, con finalidades muy distintas y públicos heterogéneos. La tipología básica de los diccionarios especializados es amplia (Bergenholtz et al., 1995) y, casi nos atrevemos a afirmar que es posible encontrar en internet al menos un ejemplo que corresponda a cada una de las divisiones de las más recientes tipologías de obras lexicográficas (Atkins et al. 2008, Svensén, 2009) y a múltiples subcategorías, muchas de ellas no descritas todavía como tales.

La especificidad de un repertorio lexicográfico viene dada por la focalización en parcelas muy delimitadas y a menudo restringidas del léxico. Ejemplo de ello en el área del turismo son los glosarios de turismo de salud<sup>17</sup>. Uno de los productos del turismo de salud es el turismo de prevención, y dentro de él, los servicios *wellness* (Fundación EOI, 2013), como se ve en la siguiente imagen (figura 1).

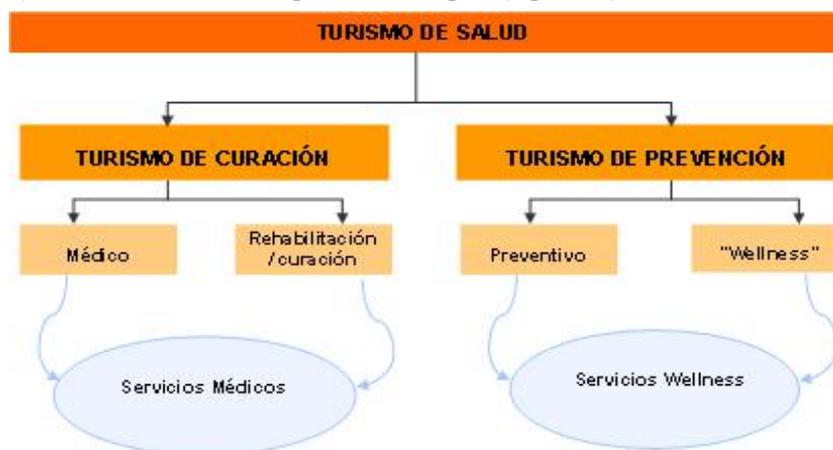


Figura 1. Wikilibro *Productos turísticos en Turismo* (Escuela Organización Industrial).

Fuente: [http://www.eoi.es/wiki/index.php/Productos\\_tur%C3%ADsticos\\_en\\_Turismo#Turismo\\_de\\_salud\\_-\\_wellness](http://www.eoi.es/wiki/index.php/Productos_tur%C3%ADsticos_en_Turismo#Turismo_de_salud_-_wellness).

El área *wellness*, representa una pequeña parcela en relación al turismo de salud, que en sí es un subgrupo dentro de la materia turismo. Aunque es un campo restringido, sin embargo, ha generado glosarios específicos. Estos glosarios, en general, no son muy extensos y no suelen sobrepasar los 200 términos<sup>18</sup>. Los glosarios de *wellness* en inglés, que son los que contienen más términos, a menudo están por debajo de esta cifra<sup>19</sup>.

La especificidad de los glosarios en la medida en que, frecuentemente, se circunscribe a una parcela de conocimiento muy pequeña produce una atomización elevada en la producción lexicográfica, lo que repercute directamente en la conformación y resultados de los repertorios. La consecuencia más evidente de la especificidad es que la reducción del campo de aplicación conlleva necesariamente una reducción en la extensión de las nomenclaturas y, consecuentemente, una disminución en el número de usuarios. La especificidad de un repertorio reducido lógicamente restringe los grupos de potenciales consultantes que se pueden interesar directamente por él. Otro de los aspectos que se debe tener en cuenta es si un número reducido de entradas muy específicas de un dominio concreto puede ser considerado siempre un indicio de especialización. En este caso, una nomenclatura reducida, cuya difusión e influencia es limitada podría adquirir un valor positivo, que contrarrestaría los inconvenientes macroestructurales señalados. A priori, podría pensarse que sí, que la reducción se corresponde, en general, con una elevada especialización, pero la realidad que se constata en internet contradice, en general, este presupuesto. Muchos de los glosarios de la red que se presentan como especializados en una materia no lo son realmente. Desde el punto de vista del conocimiento del dominio abordado, que es lo que tratamos ahora, muchos de los autores de diccionarios y glosarios no son verdaderos especialistas. Esta es una afirmación que, evidentemente, hacemos a partir del análisis de los propios glosarios, puesto que la información paratextual que ofrecen sobre la autoría y cómo se ha realizado el repertorio consultado es, por lo general, muy escasa. Dos son los elementos básicos que permiten valorar la especificidad de los repertorios y la calidad del contenido de un diccionario o glosario de la red: (i) la adecuación de la selección léxica que conforma la nomenclatura y (ii) el tratamiento lingüístico de los términos seleccionados.

El primero, la adecuación de la selección léxica del repertorio (i) es un criterio que sobrepasa la cuestión de la amplitud de la selección, que acabamos de tratar. No son pocos los ejemplos de repertorios en los que junto a terminología propia de un ámbito determinado se incluyen unidades léxicas de la lengua general que no tienen significados especializados. Es bien sabido que alrededor del léxico de especialidad únicamente reconocido y utilizado por los especialistas debido a su elevada especialización (Nation, 2001) existen subgrupos de léxico de menor especialización y mayor frecuencia de uso. En este grupo encontramos, por una parte, léxico que ha sufrido un proceso de determinologización de las unidades léxicas especializadas

---

<sup>18</sup> [1]<http://www.spanatura.com/glosario/>. Este glosario en español, a pesar de la propia indicación “Les presentamos un amplio glosario de términos relacionados con el turismo de salud” contiene 50 entradas, algunas de ellas, además, pertenecientes al léxico general.

<sup>19</sup> [2] <http://wellnessproposals.com/wellness-library/glossaries/wellness-glossary/#-A->

[3] <http://www.spafinder.com/spaguide/spa101/glossary.htm>

[4] <http://www.tcgfhealthandwellness.com/glossary/direct-access.html?letter=M>

(Meyer et al., 2000) y, por otra, nos encontramos con el hecho de la frecuencia de aparición cotextual. Este fenómeno, que se produce entre áreas afines, está próximo a la colocación pero es más amplio ya que consiste en la coaparición de unidades léxicas de otras materias, sin que tengan ningún significado específico en el texto especializado en que se usan. Sin salir del ámbito que hemos utilizado más arriba como ejemplo, el turismo de salud-*wellness*, podemos ver lo que acabamos de exponer en algunos glosarios de *wellness* el registro de una palabra como *capoeira*, definida sin ningún significado específico<sup>20</sup>. Es evidente que la práctica de la *capoeira* puede resultar una medida saludable, como otras prácticas deportivas o aeróbicas, pero en sí no es un término que pueda considerarse específico del *wellness*<sup>21</sup>. Sin embargo, la *hidrocapoeira*, más relacionada con el *wellness*, no figura en estos mismos repertorios y sí podría considerarse un término específico.

En cuanto al tratamiento lexicológico de los términos seleccionados (ii), este es un aspecto más técnico y, al mismo tiempo, mucho más fácil de valorar tanto para el usuario que conoce la materia como para el lingüista, aunque por razones distintas. La precisión léxica en la expresión escrita es una destreza para cuyo reconocimiento se requiere un hábito cognitivo que desarrollan los hablantes con mayor o menor éxito (Chun et al., 1996; Chandler 2003; East, 2006; Lim, 2010; Crossley et al., 2011; Way et al., 2000). En gran medida, la precisión léxica en los glosarios se ve favorecida por la aplicación, muchas veces intuitiva, de criterios lexicográficos que conocen los usuarios, puesto que el conocimiento y uso de los diccionarios está ligado al propio aprendizaje escolar. Cuando a la precisión léxica se le une la aplicación explícita de normas lexicográficas es cuando se logran definiciones/explicaciones en sentido estricto, que es lo que permite juzgar a los lingüistas con datos objetivos la calidad del contenido de una obra lexicográfica, sea del tipo que sea. Esto nos lleva a introducir un criterio formal que permite valorar la calidad global de los repertorios analizados, y es la adecuación terminográfica de estos productos lexicográficos, que analizaremos más adelante. Tanto la adecuación de la selección léxica como el tratamiento lingüístico de los términos seleccionados están en relación con la especificidad de los repertorios y con la valoración de la calidad del contenido.

De lo que no tenemos duda es de que la alta especificidad de los repertorios lexicográficos de la red se debe, sin duda, a las posibilidades de creación y de difusión de internet. Su proliferación responde a la creciente demanda de información, concisa y específica, sobre aspectos particulares de cualquier parcela de conocimiento. La accesibilidad de la información que ofrecen los recursos léxicos digitales, en particular aquellos que se encuentran en la red, ha hecho que se modifiquen tanto los modos y hábitos de obtención de información como la propia forma de creación de los nuevos recursos ya que, si un usuario no encuentra la información buscada puede propiciar directa o indirectamente la creación de un nuevo recurso.

---

<sup>20</sup> [3] <http://www.spafinder.com/spaguide/spa101/glossary.htm#C>

[5] <http://serenityonthesquare.com/GlossaryOfTerms.asp>

<sup>21</sup> La palabra *capoeira* ha dado lugar a la creación de múltiples glosarios específicos en la red:

[6] <http://www.cdol.co.uk/useful-info/glossary.html>

[7] <http://www.muzenzaleon.com/glossary/25/letterh>

## **2. TERMINOGRAFÍA EN LA RED**

El éxito de los repertorios terminográficos en la red (*e-terminografía*), tanto de los de turismo como de los de cualquier otra materia, responde a la combinación en ellos de dos factores: (a) ventajas tecnológicas y (b) tipológicas. Las ventajas tecnológicas se valoran en contraposición a los recursos lexicográficos en papel, que es el soporte tradicional. En cuanto a las ventajas tipológicas, es indiscutible que la simple identificación de un repertorio con una denominación propia de los repertorios lexicográficos (diccionario o glosario, por ejemplo) es a priori una garantía de calidad para los usuarios. De forma breve enumeramos las principales ventajas de la terminografía en la red en las dos divisiones señaladas.

(a) Ventajas derivadas de la tecnología: (i) accesibilidad continua a la información léxica; (ii) gran variedad de recursos terminográficos, algunos de ellos solamente posibles en soportes digitales (como las bases de datos); (iii) rapidez en la búsqueda y facilidad para la extracción de información especializada; (iv) actualización frecuente de la información; (v) mayores posibilidades de obtener información multilingüe, incluso en lenguas de uso restringido; (v) posibilidad de ser usuario y creador de nuevos recursos.

(b) Ventajas derivadas de su tipología textual: (vi) fiabilidad de los contenidos por el prestigio social de las obras lexicográficas; (vii) familiarización con obras lexicográficas (en particular, con diccionarios de lengua generales) y, consecuentemente, (viii) conocimiento básico del manejo por parte de los usuario (por ejemplo, el uso del orden alfabético o búsqueda por palabras).

Las ventajas de los soportes digitales en lexicografía frente al soporte tradicional papel son innegables, tanto para el lexicógrafo como, por supuesto, para el usuario. El prestigio de las ediciones en papel sigue teniendo mucho peso en la lexicografía, sobre todo en publicaciones comerciales, sean de editoriales o instituciones. Pero en la terminografía hay una parte de la producción que se pone directamente en la red a disposición de cualquier usuario, sin ningún tipo de respaldo comercial o institucional, lo que hace que cambie la forma de producción y de explotación de la información. La red ha cambiado radicalmente las formas de acceso al conocimiento y, de forma muy singular, el acceso al conocimiento léxico. La conectividad continua de la mayoría de los usuarios de la red permite la consulta inmediata de cualquier repertorio léxico digital disponible, frente a la lenta consulta de los repertorios en papel, en particular, de los repertorios especializados por las dificultades de localización del usuario. Además, algunos recursos como las bases de datos multilingües solamente tienen realidad en soportes digitales, en los que la actualización de la información puede producirse de forma constante. Esta diferencia básica en los repertorios de papel y digitales abre una brecha insalvable con el soporte papel, cuyas actualizaciones son costosas. Un ejemplo emblemático es IATE<sup>22</sup> (InterActive Terminology for Europe), la base de terminológica de la Unión Europea, con 25 lenguas de partida y llegada y 21 áreas temáticas subcategorizadas. Las actualizaciones de información no se anuncian previamente sino que se realizan constantemente. El volumen de información que se maneja (basta fijarse en los datos que hemos dado –multilingüismo y gran abanico temático) haría muy difíciles las actualizaciones en papel, que serían además de costosas muy lentas.

---

<sup>22</sup> [8] <http://iate.europa.eu/SearchByQueryLoad.do?method=load>

Las bases de datos terminológicas y terminográficas, imprescindibles para poder hablar de e-terminografía, sin embargo, no son los recursos terminográficos más numerosos en la red. Los repertorios más numerosos y de fácil acceso en internet son los diccionarios y glosarios. La construcción de bases de datos y diccionarios con una amplia nomenclatura exige un desarrollo tecnológico y lingüístico que requieren una fuerte inversión que solamente está al alcance de las editoriales o instituciones con recursos técnicos y económicos suficientes para acometer estos trabajos. Es frecuente encontrar pequeños diccionarios y glosarios específicos de creación libre (Matesanz et al., 2010), es decir, productos que parten de la iniciativa de uno o más usuarios y no reciben apoyo externo. Evidentemente, la iniciativa en este tipo de creaciones no se debe en sí a la existencia de la red, aunque sí se logra por ella su masiva difusión. La iniciativa individual y privada en la creación de repertorios lexicográficos está en el inicio mismo de la lexicografía moderna (Considine, 2008), pero lo que ha cambiado en la actualidad de forma radical es la facilidad para crear y difundir estos repertorios sin depender de los recursos de que se disponga para ello. Los repertorios especializados de la red se han multiplicado, al tiempo que la diversidad y heterogeneidad se ha incrementado, tanto técnicamente como por su contenido y extensión. Siempre han existido publicaciones focalizadas en aspectos concretos de un campo de conocimiento o actividad profesional, pero las dificultades de creación de las ediciones en papel han restringido tradicionalmente la circulación de estos repertorios. Las facilidades que ofrece la red, en la que las cortapisas para la edición se minimizan o desaparecen completamente, han dado paso a una gran proliferación de repertorios léxicos especializados y específicos.

Pero el éxito de los repertorios de la red no solamente deriva de las ventajas tecnológicas sino que contribuyen a él ventajas derivadas de la tipología textual, como son la fiabilidad y familiaridad de los usuarios con las obras lexicográficas. Las propias denominaciones de los repertorios -las más habituales, diccionario y glosario-, y el conocimiento que los usuarios tienen de ellos son dos aspectos vistos por los usuarios como indicios de calidad. Las palabras diccionario, glosario, vocabulario, tesoro, léxico, enciclopedia, todas ellas de uso frecuentes en la red, gozan de un prestigio sociocultural que hace de estos textos referentes de fiabilidad. El caso más claro es el de la enciclopedia colaborativa *Wikipedia*, cuyos datos son considerados válidos a priori por los usuarios. En gran medida, efectivamente, esto es así, pero no siempre ocurre y es difícil saber para el usuario habitual cuándo el contenido es fiable y cuándo no (Anderka et al., 2012). Incluso desde el ámbito de la lexicografía, *Wikipedia* ha sido considerada como un recurso lexicográfico válido (Adams, 2007). La fiabilidad de cualquier producto destinado a la consulta es un requisito indispensable para su aceptación y éxito, y, para la mayoría de los usuarios, esa es una característica de la que gozan los diccionarios. Para el usuario general de la red, un glosario o diccionario disponible, por tanto, publicado, tiene en principio el estatus de texto fiable, aunque esto no siempre se corresponda con la realidad.

Pero de la tipología textual se deriva otra circunstancia que contribuye a su expansión, y es la familiaridad que cualquier usuario de la red tiene con los diccionarios. Del mismo modo que los niños aprenden las características tipológicas básicas de géneros literarios como, por ejemplo, la poesía, también conocen otros tipos textuales de carácter no literario como son los diccionarios. Los niños no solamente aprenden a manejar un diccionario de forma utilitaria sino que además, al menos en el sistema

educativo español, también aprenden algunos conceptos metalexigráficos, como, por ejemplo, el significado e identificación de la acepción. No hay duda de que los usuarios adultos saben reconocer a primera vista un diccionario y seguramente será el primer recurso que van a buscar en la red para resolver una duda léxica. El hecho de que el manejo de los diccionarios, y en cierta medida también el conocimiento de su estructura básica, se produzca en la escuela equivale a afirmar que prácticamente la totalidad de los potenciales usuarios de un diccionario de internet sabe lo que es un diccionario y es capaz de diferenciarlo de cualquier otro texto. Es cierto, también, que la alta codificación de estas obras constituye en muchas ocasiones una barrera para una extracción eficiente de información y no siempre logran el objetivo de acceso a la información deseada. No abordaremos este problema de los usuarios: el acceso a la información, derivada en gran medida de la propia forma de obtención de información con los buscadores de la red. Esta cuestión de las expectativas que no se alcanzan tiene en sí importancia porque en cierta forma influye en la creación de nuevos glosarios por parte de usuarios ya que la red ofrece la posibilidad de crear un texto nuevo destinado a cubrir un supuesto vacío de información léxica.

### **3. PROBLEMAS PARA LA SUBCATEGORIZACIÓN TIPOLOGICA**

La descripción de las obras lexicográficas y el establecimiento de tipologías que permitan ordenar la gran variedad de repertorios que se crean en la red son dos elementos necesarios para conocer las dimensiones de la actividad terminográfica en una materia determinada. En realidad, toda lengua de especialidad desarrolla repertorios terminográficos y el turismo, que ha desarrollado una lengua de especialidad con características propias (Calvi, 2006), no es ajeno a este tipo de producción. Todas las lenguas de especialidad, en realidad, disponen de una extensa variedad de repertorios terminográficos en el que pueden establecerse subcategorías. La subcategorización, además de permitir conocer el tipo de desarrollos léxicos que ha generado una materia, resulta de utilidad para los usuarios porque les permite valorar con criterios objetivos la validez del repertorio consultado. Sobre todo este último aspecto es crucial cuando se trata de repertorios disponibles en la red que apenas ofrecen datos sobre el origen y finalidad del propio repertorio.

Los problemas existentes para establecer tipologías textuales, ya señalados por Isenberg (1983) no están bien resueltos, ni siquiera en las clasificaciones tipológicas de los últimos años<sup>23</sup>. Al intentar establecer una tipología textual general y coherente los lingüistas se encuentran con tres problemas básicos: (i) la falta de heterogeneidad en la producción textual, (ii) la dificultad de distinguir lo que son tipos y clases de textos - en el sentido de Isenberg (1983)- y (iii) la dificultad de jerarquización de los criterios de clasificación tipológica, lo que supone, en la práctica, la aplicación de múltiples criterios, válidos y pertinentes, pero que dan como resultados clasificaciones superpuestas. Los intentos de categorización de diccionarios aplicando criterios de tipología textual son aislados (de Beaugrande, 1997; Forgas et al. 2001). La tipología de las obras lexicográficas con sus subtipologías se ha realizado siempre de forma intratextual. No disponemos de una tipología única sino que el resultado son distintas clasificaciones jerárquicas organizadas en subgrupos interrelacionados, por lo que más que de una tipología en sí disponemos de clasificaciones tipológicas distintas y

---

<sup>23</sup> La revisión más reciente de las distintas tipologías discursivas puede consultarse en C. López Alonso (2014: 205-233).

complementarias realizadas en función de la aplicación de distintos criterios clasificatorios (entre las más relevantes: Shcherba, 1940; Malkiel, 1962; Rey, 1970; Hausmann, 1989; Haensch, 1997; Béjoint, 2000; Landau, 2001; Swanepoel, 2003; Atkins et al. 2008; Podhajecka, 2009; Svensén, 2009). En lo referente al turismo, la aproximación tipológica-descriptiva más reciente de que disponemos, bastante restringida, es la de Mira (2008), centrada en diccionarios de turismo de prestigio del español y del inglés.

No obstante, la heterogeneidad en los textos lexicográficos es más limitada que en otros tipos textuales. La razón por la que la heterogeneidad en las obras lexicográficas es más reducida que en otros textos se debe, fundamentalmente, a la alta codificación formal de estas obras, lo que deja poco espacio a la heterogeneidad textual. En cuanto a la lexicografía en la red, que permite con facilidad la transgenericidad, sin embargo, esta no se produce, posiblemente por el conocimiento tanto explícito como implícito que los usuarios tienen de los diccionarios, lo que frena la hibridación. Cualquier repertorio lexicográfico, independientemente de su subcategorización, contenido o extensión, es reconocido como tal por su aspecto formal, la presentación y distribución de la información que contiene. No es necesario conocer la lengua en la que está escrito o el contenido del repertorio para reconocer un texto como diccionario, aunque desde una perspectiva metalexigráfica pueda no ser un diccionario sino un glosario, por ejemplo. La formalización y codificación de los contenidos no permite la confusión de estos textos con otras formas textuales. Las obras lexicográficas, por su carácter utilitario y técnico-lingüístico nunca se han considerado formas discursivas básicas o simples, en el sentido de Joles (1930), pero no hay duda de que, al menos en la actualidad, podemos considerarlas como tales. El conocimiento que los usuarios tienen de ellas así lo demuestra. Los usuarios identifican como diccionarios repertorios que se ajustan formalmente a este tipo de estructuras textuales. Y cuando los usuarios se convierten a su vez en creadores de nuevos repertorios se reproducen las estructuras formales de diccionarios y glosarios, fundamentalmente a esta última por su carácter restringido, tanto en contenido como en extensión. También se observa en los repertorios de la red una simplificación denominativa de la subcategorías tipológicas de las obras lexicográficas en torno, fundamentalmente, a diccionario y glosario. En todo caso, la simplificación en la variedad de repertorios, aunque desde la perspectiva del usuario sea funcional y válida, desde una perspectiva lingüística no describe la variedad de repertorios de la red. El uso prototípico de diccionario y, en menor medida, de glosario resulta práctico para referirse a los repertorios de la red, pero no permite describir los productos lexicográficos que los usuarios van a encontrar en sus búsquedas léxicas.

#### **4. DICCIONARIOS Y GLOSARIOS DE TURISMO EN LA RED: DESCRIPCIÓN Y SUBCATEGORIZACIÓN**

El análisis de distintos repertorios<sup>24</sup> terminográficos de turismo en lenguas diferentes disponibles en internet nos permite establecer una categorización y valoración de estos textos en función de tres criterios generales: (i) criterios semántico-cognitivos y lexicográficos; (ii) criterios de fiabilidad de la fuente; (iii) criterios de accesibilidad a la información.

---

<sup>24</sup> Utilizamos clase en el sentido que le da Isenberg (1983) y que han utilizado otros autores para clasificaciones textuales concretas, como Dimter (1985).

(i) Criterios semántico-cognitivos y lexicográficos. Esta perspectiva semántico-cognitiva y lexicográfica nos permite establecer cuatro subcategorías genéricas básicas: a) bases de datos léxicas, b) tesauros, c) diccionarios y d) glosarios. Las dos primeras subcategorías están enfocadas, prioritariamente, a un usuario profesional, ligado a las actividades turísticas o bien al ámbito de la traducción y comunicación turística. A diferencia de ellos, los diccionarios y glosarios tienen como destinatario un público más diverso, tanto especializado como esporádico, pero no indistintamente puesto que algunos repertorios están claramente enfocados a profesionales y otros están abiertos a un público general.

Aunque son muchas las bases de datos de la red que contienen datos de turismo de todo tipo<sup>25</sup> son pocas las bases de datos léxicas de esta área. En cierta medida, hablar de bases de datos como una subcategoría textual en sí misma es un tanto ficticio puesto que un diccionario extenso es también una base de datos que requiere de software específico para el almacenamiento, gestión y mantenimiento de datos. Las bases de datos léxicas a las que nos referimos como subcategoría diferenciada no se presentan normalmente bajo esta denominación, lo que tampoco tiene importancia ni es necesario porque son repertorios previamente conocidos por sus usuarios más directos. Estas bases de datos léxicas y terminológicas son, desde el punto de vista lexicográfico, de dos tipos: de equivalencia terminológica (en general, multilingües) y semasiológicas (con estructura y apariencia de diccionario) (figuras 2 y 3).

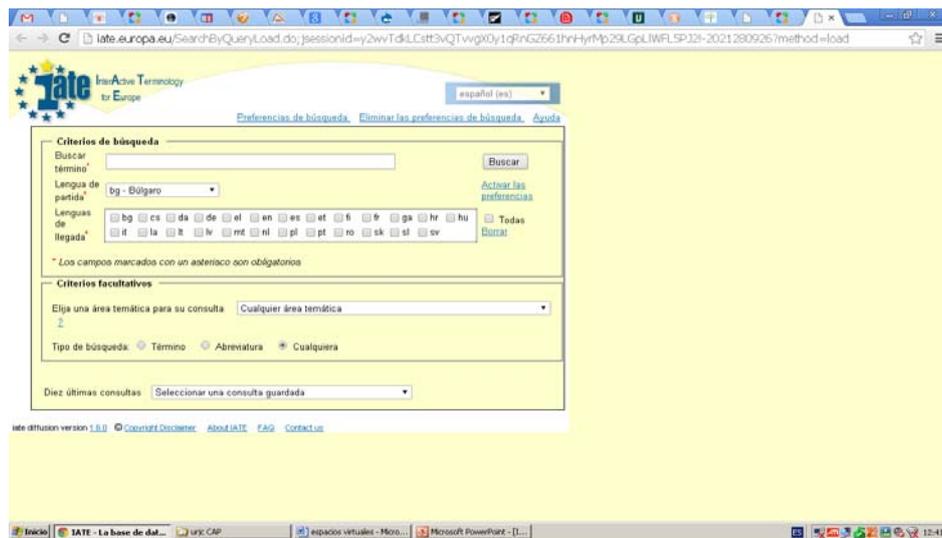


Figura 2. IATE.  
Fuente: [8] <http://iate.europa.eu>

Además, hay que señalar que las bases de datos léxicas más relevantes para el léxico de turismo no son específicamente de la materia sino que se trata de bases de datos terminológicas en las que este léxico constituye un subgrupo.

<sup>25</sup> Los datos turísticos recopilados en las bases de datos son muy variados y van desde una perspectiva económica de la actividad turística (estadísticos) a las bases de datos orientadas a profesionales del turismo o al consumidor último, el turista.

[8] <http://epp.eurostat.ec.europa.eu/portal/page/portal/tourism/data/database>

[9] <http://www.insee.fr/fr/bases-de-donnees/default.asp?page=statistiques-locales/tourisme.htm>

[10] <http://www.register.newzealand.com/en/home/>

[11] <http://pro.cotedor-tourisme.com/la-base-de-donn%C3%A9es-touristiques-d%C3%A9partementale>

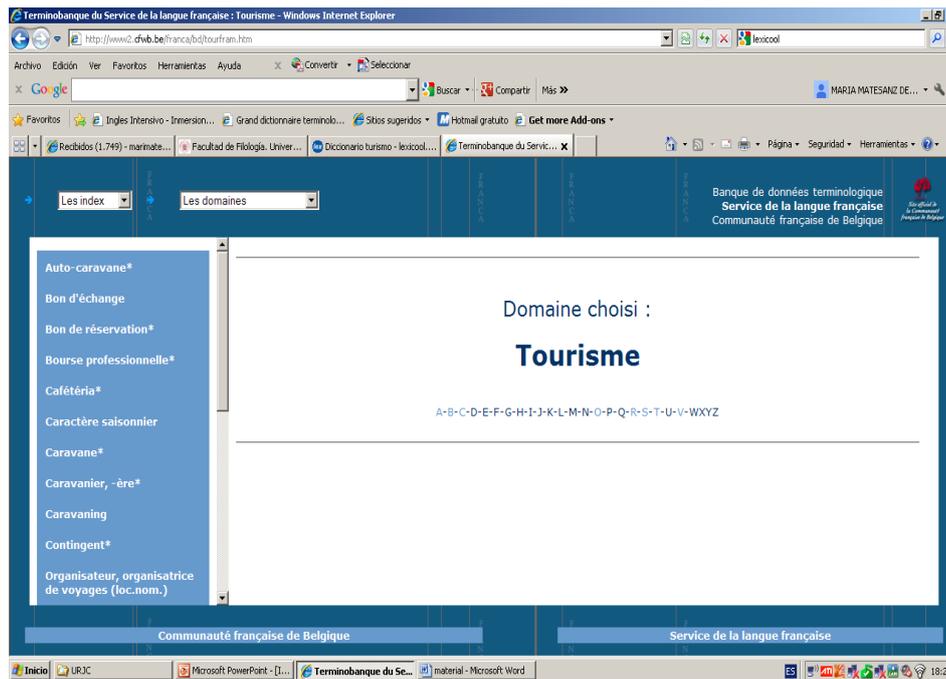


Figura 3. Banque de données terminologique.

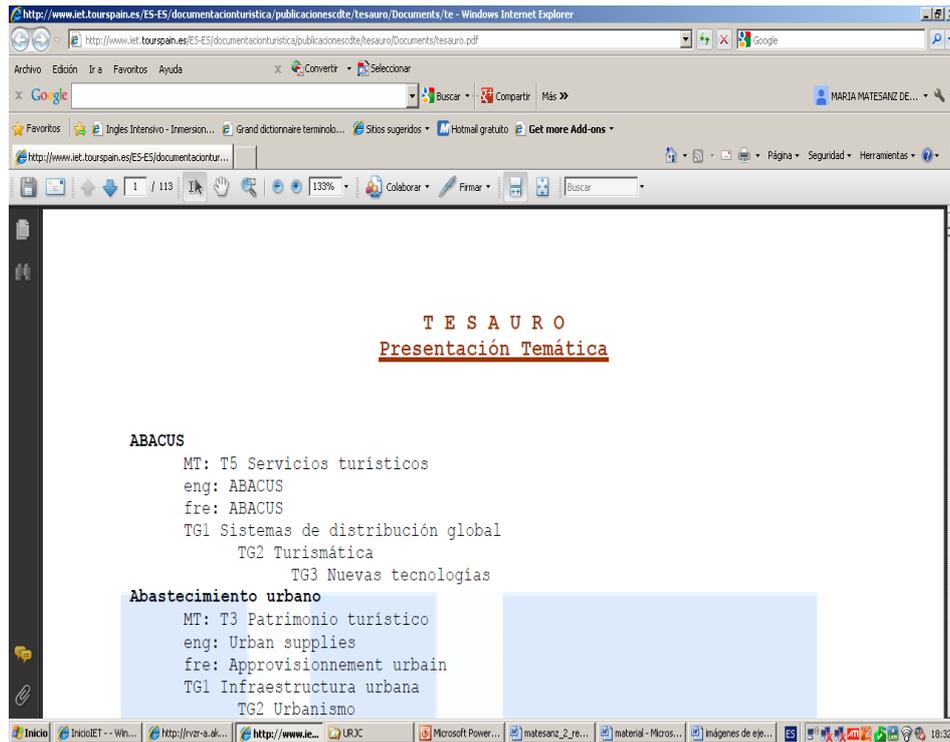
Fuente: [12] <http://www2.cfwb.be/franca/bd/tourfram.htm>

Bajo la denominación de tesaurus nos encontramos con dos tipos diferentes de producto. Por una parte, los tesaurus entendidos como diccionarios terminológicos (de equivalencias o semasiológicos)<sup>26</sup>. Por otra, también se entiende por tesaurus repertorios léxicos pero no lexicográficos, al no registrar información signica sobre las unidades léxicas, aunque son un recurso léxico de clasificación conceptual jerarquizada (figura 4). El público de estos tesaurus no es específicamente el profesional del turismo. No obstante, los tesaurus pueden considerarse también repertorios léxicos listados (una especie de nomenclatura) que ofrecen información organizada de los distintos ámbitos del área de conocimiento especializada, en este caso, el turismo.

<sup>26</sup> Ejemplo de cada uno de ellos, repectivamente, son los los repertorios siguientes:

[17] [http://www.ciret-tourism.com/index/thesaurus\\_abc.html#B](http://www.ciret-tourism.com/index/thesaurus_abc.html#B)

[18] <http://www.cienaniosdeturismo.gov.ar/pagina.asp?IdSeccion=19>



Fuente 4. *Tesauro*. Instituto de Turismo de España.  
Fuente: [16] <http://www.iet.tourspain.es/ES-ES/documentacionturistica/publicacionescdte/tesauro/Documents/tesauro.pdf>

Los diccionarios y glosarios son, con diferencia, la dos subcategorías más frecuentemente utilizadas en la red para la transmisión de información léxica especializada del ámbito del turismo. Como ya hemos señalado, estas dos denominaciones son subcategorías y reagrupan otros repertorios de la red de características similares pero identificadas con otros nombres habituales de la lexicografía, como son vocabulario<sup>27</sup> o léxico<sup>28</sup>. Las dos subcategorías son de orden indiscutiblemente lexicográfico y entre ellas existen diferencias en su construcción y productos resultantes. Los ejemplos de diccionarios y glosarios que encontramos en la red no siempre presentan las características diferenciadoras que establece la metalexigrafía para describirlas (Atkins et al., 2008; Svensén 2009).

La distinción de los repertorios en la red viene dada, fundamentalmente, por tres características: (i) la extensión de la nomenclatura, (ii) la amplitud temática -mayores en el diccionario- y (iii) la especificidad de los términos, más acusada de los glosarios. Esta diferencia no solamente permite la clasificación sino que está en la base de la creación de los repertorios y en la identificación que los autores hacen de ellos mediante un título, en el que figuran las palabras diccionario o glosario de acuerdo con los criterios expuestos. Pero algunas de las características de los diccionarios de la red se reconocen también en los glosarios, aunque no cabe duda de que los glosarios no suelen contar con reglas de construcción tan definidas. En lo que se refiere a las características lexicográficas de glosarios y diccionarios de la red, la heterogeneidad es muy grande. Claramente, esta diferencia viene dada por la organización y tratamiento de la información léxica y la brecha que se abre aquí es grande porque nos

<sup>27</sup> [19] [http://www.dglf.culture.gouv.fr/publications/vocabulaires/equipement\\_transports\\_tourisme.pdf](http://www.dglf.culture.gouv.fr/publications/vocabulaires/equipement_transports_tourisme.pdf)

<sup>28</sup> [20] [http://www.termcat.cat/ca/Diccionaris\\_En\\_Linia/36/Fitxes/catal%20C3%A0/H/](http://www.termcat.cat/ca/Diccionaris_En_Linia/36/Fitxes/catal%20C3%A0/H/)

## Turismo y representación espacial

PIÑEIRO MACEIRAS, M.L., CHAPUIS, L. Y RE, M. (EDS.)

encontramos repertorios que tienen un tratamiento terminográfico sistemático del léxico frente a repertorios que tienen un tratamiento libre de la información (al menos no sistematizado de acuerdo con criterios. lexicográficos). Es fácil establecer una distinción entre ellos puesto que los principios básicos de estructuración lexicográfica son muy concisos y fácilmente reconocibles. La aplicación de criterios sistemáticos para establecer la macroestructura y microestructura de los diccionarios (figura 5) deja marcas formales de estructuración que no existen (o son muy difusas) en aquellos repertorios contruidos de forma intuitiva, como ocurre en diccionario y glosarios de creación libre (figura 6).

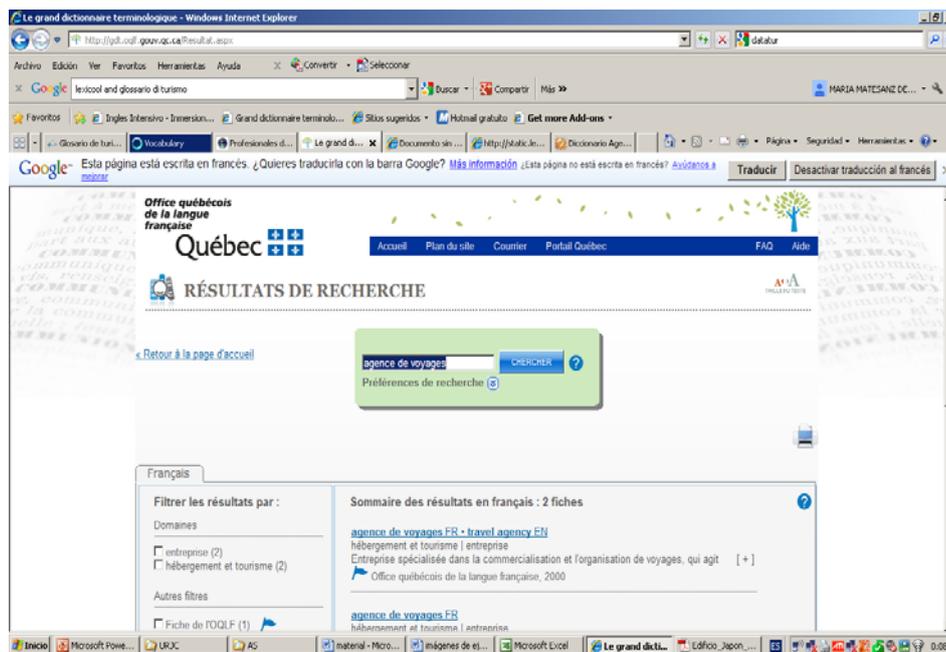


Figura 5. *Grand Dictionnaire Terminologique (GDT)*.

Fuente: [21] <http://www.granddictionnaire.com/>



Figura 6. Glosario con tratamiento libre de la información léxica.

Fuente: [22] <http://www.profesionalesdelturismo.es/diccionario/contenido.php?letra=ch&pag=3>

Estas diferencias en la concepción del diccionario especializado responden a diferencias en la iniciativa de creación y en los objetivos de los repertorios terminográficos, aspectos decisivos para los resultados finales.

Un último aspecto en relación a la clasificación subtipológica es el contenido de los diccionarios y glosarios. La subespecialización en el caso que tratamos no parece particularmente interesante, por las razones que se señalan a continuación. La primera que hay que tener en cuenta es que esta subespecialización del contenido no conlleva diferencias estructurales ni categoriales de los repertorios; simplemente, se trata glosarios y diccionarios de subconjuntos léxicos diferentes. La segunda razón es que tenemos tantos glosarios y diccionarios de turismo cuantas parcelas podamos establecer en esta área, muchos de los términos que contienen son susceptibles de ser el origen de un pequeño glosario, como el ejemplo que vimos de *capoeira*, término incluido en un glosario de turismo de salud pero a la vez tema y origen de otros glosarios. No cabe duda de que podemos establecer subcategorías partiendo, por ejemplo, de criterios temáticos clásicos del turismo (Calvi 2010, 2011). Este trabajo lingüístico de organización de clases textuales de la lexicografía no resulta relevante para el usuario normal, puesto que es probable que no maneje estos conceptos y, sobre todo, porque no va a ayudarlo sustancialmente a localizar una información léxica concreta. La clasificación de ejemplares en sí, en un ámbito en el que la producción está muy atomizada y es poco estable (por las posibilidades continuas de apertura de nuevas subclases) no parece de particular interés para nuestros objetivos descriptivos y categorizadores.

(ii) Criterios de fiabilidad de la fuente. La lexicografía en la red ha cambiado, en cierta medida, los parámetros que se utilizaban habitualmente para valorar la calidad de un repertorios lexicográfico. La propia edición en papel y más recientemente también en soporte digital (CD-ROM o DVD) era en sí misma un indicio de calidad. Las razones son evidentes, los costes que genera una publicación no son asumidos por una editorial si esta no tiene garantías de venta, lo que implícitamente presupone la calidad del producto. Los repertorios lexicográficos, además, requieren una gran inversión de tiempo y dinero por lo que, normalmente, son trabajos cuidados que suelen tener detrás un respaldo editorial, corporativo o institucional capaz de mantener el esfuerzo que requieren para la publicación. El propio proceso de creación de un diccionario, por ejemplo, era una garantía de calidad porque requería para su redacción la intervención de especialistas, muchos de ellos reconocidos lingüistas y lexicógrafos. Los primeros soportes electrónicos no cambiaron en absoluto el panorama porque eran -y en muchos casos siguen siendo- las mismas obras realizadas para su publicación en papel pero con adaptaciones para nuevos soportes. Actualmente, las ediciones digitales -ya concebidas desde el inicio como tales- mantienen los mismos criterios de calidad y rigor en la creación de las obras lexicográficas por lo que estas publicaciones no suponen diferencias en ese aspecto y así es percibido por los consultantes.

Lo que la red ha cambiado sustancialmente es la accesibilidad a repertorios léxicos especializados. Ha aumentado el número y variedad de repertorios terminográficos disponibles, especialmente han proliferado los pequeños repertorios de creación libre. Esto introduce un factor de distorsión en la fiabilidad de los repertorios consultado y, por tanto, de la información obtenida. Si hasta ahora se daba por sentado que un diccionario, por el hecho de serlo, era fiable, ahora se ha introducido un factor de duda, y no siempre resulta fácil saber si la información léxica encontrada es fiable. Los

procesos de creación de los repertorios de la red son muy dispares. Mientras que de algunos de ellos tenemos muchos datos del proceso de creación (criterios lexicográficos seguidos, protocolos y procesos de intervención) y conocemos, además, su autoría, de otros no sabemos directamente nada, aunque de forma indirecta en algunos casos es posible. Esto nos muestra la necesidad de identificar con claridad el origen del repertorio como un medio más de obtener datos que permitan considerar la validez de la información consultada. Uno de los elementos que permiten identificar una fuente es el conocimiento de la autoría, entendida en sentido amplio como agente creador no solamente en su dimensión individual. La autoría en los repertorios lexicográficos en la red adquiere una dimensión distinta de la que tiene en las ediciones en papel, en las que está claramente identificada. Podemos observar cuatro tipos de autoría diferentes (Matesanz et al., 2010):

- (i) autoría anónima, sin ninguna posibilidad de identificación del autor a través de los datos directos de la red;
- (ii) autoría real, en la que el autor se identifica de forma personal, es decir, firma con su verdadero nombre;
- (iii) autoría ficticia, el autor firma bien con seudónimo o bien con un alias
- (iv) autoría atribuida, sin declaración expresa de autor o autores pero con el respaldo de una institución.

Esta clasificación revela que la fiabilidad basada en el prestigio de la autoría no es un criterio regular y fijo para valorar la fiabilidad de la información léxica que se encuentra. Obviamente, no tiene ninguna fiabilidad el primer caso (i) y poca o restringida los casos (ii) y (iii). En el segundo caso (ii), en el que la declaración de autoría es real y, técnicamente, corresponde a una persona física o jurídica, existe una doble vertiente, relacionada con la dualidad de la entidad declarada. De los dos casos, el más interesante es el segundo, cuando la autoría es una entidad (sociedades o institución) porque suelen tener detrás equipos de especialistas en la materia y, a veces, también de lexicógrafos. Las posibilidades de que en creación libre estemos ante un especialista en la materia o en terminografía son bajas. En estos casos, la firma de un repertorio autentifica únicamente al autor material pero no garantiza necesariamente la calidad del resultado, en particular en los glosarios de creación libre en los que el intrusismo es muy elevado. La firma debe interpretarse simplemente como voluntad expresa del autor de ser reconocido como tal, pero para el público general suele ser una persona desconocida y, por tanto, este dato carece de relevancia. Es más interesante la identificación del autor con una entidad porque este grupo incluye las bases de datos y grandes diccionarios respaldados por instituciones y entidades empresariales, en el caso que tratamos relacionadas con el ámbito del turismo, o bien por corporaciones del mundo editorial. En estos repertorios hay un responsable claro de la información. Un ejemplo paradigmático es el *Grand Dictionnaire Terminologique (GDT)*, en el que no solamente hay una identificación clara de la institución en la que se ha creado – *Office québécois de la langue française*, sino que, además, cada una de las acepciones tiene autoría declarada, como puede verse en la figura XX<sup>29</sup>.

---

<sup>29</sup> Este no es un caso aislado, aunque tampoco es lo habitual. Encontramos ejemplo de ello en el *Diccionario de términos turísticos* ([23] <http://www.boletin-turistico.com/diccionarioturismo>)

En el caso de la autoría ficticia (iii) nos encontramos con una situación un poco distinta porque estos repertorios de creación libre se producen en círculos más bien restringidos, frecuentemente en foros y blogs. Es frecuente encontrar la autoría bajo seudónimo o alias en glosarios de blogs o en glosarios colaborativos de foros. Este tipo de ubicación de diccionarios y glosarios supone que para muchos de los colaboradores y usuarios habituales de esas páginas los autores son conocidos y pueden gozar de prestigio dentro del grupo. Sin embargo, al tratarse de comunidades y grupos reducidos esta información de autoría no es una información en sí relevante para un usuario esporádico o poco iniciado.

En la autoría atribuida (iv), la identificación de los responsables de la edición se realiza de forma indirecta, es decir, no hay declaración expresa de quiénes son los autores pero sí se sabe quién es la entidad o empresa que lo patrocina y publica. Muchos de los glosarios de creación libre son productos de empresa de los que nos sabemos nada del proceso de creación. Desconocemos si se trata de un autor único o de un equipo, si son especialistas en la materia o han realizado el diccionario o glosario por encargo. En estos casos, la fiabilidad de la información basada en el prestigio de la autoría está limitada a la propia posición de la entidad dentro del sector. Para los glosarios producidos por empresas o instituciones poco conocidas dentro de su ámbito, este criterio no es válido.

En líneas generales, aunque casi inconscientemente los usuarios de los diccionarios frecuentemente se apoyan en el prestigio de la autoría como criterio de valoración de la fiabilidad de la información, los datos de autoría presentan tres problemas básicos. En primer lugar, la escasez de información que hay en los glosarios y diccionarios de la red sobre la autoría, por lo que no es un criterio que se pueda aplicar de forma sistemática. En segundo lugar, la dificultad que tenemos para identificar y valorar las fuentes de autoría, en particular en los diccionarios y glosarios de creación libre. Por último, no siempre es fácil reconocer las fuentes consideradas de prestigio dentro de un ámbito, ni tampoco se puede presuponer que una fuente, aunque sea de prestigio, siempre ofrece productos de calidad contrastada. Además, un usuario esporádico no maneja estos criterios o, simplemente, su conocimiento de cuáles son los diccionarios considerados de referencia en una materia puede ser muy limitado.

Los datos de fiabilidad de la fuente pueden resultar un apoyo para poder valorar una información léxica encontrada, pero el cotejo de diccionarios y glosarios sigue siendo el único procedimiento válido para evaluar la calidad de la información recibida. Sin embargo, establecer un cotejo, por simple que este sea, es una tarea compleja de realizar para el usuario puesto que requiere, al menos, conocimientos básicos de la materia y de lo que es un diccionario, además de una cierta práctica.

(iii) Criterios de accesibilidad a la información. Encontrar en la red la información terminológica que se busca no siempre resulta fácil. El tratamiento automático de la información para una extracción eficiente es, sin duda, esencial para conseguirlo, pero también hay que contar con las formas que un usuario usa habitualmente para acceder a lo que busca.

Aunque en la red todos los diccionarios son, en último término, digitales no todos han sido concebidos y realizados como hipertexto. La diferencia clave que se puede establecer en este punto es entre diccionarios digitalizados (figura 7) y diccionarios digitales (figura 8). Los textos digitalizados son textos tratados, explotados y creados digitalmente (con procesadores de texto) pero con estructuras propias de textos que

## Turismo y representación espacial

PIÑEIRO MACEIRAS, M.L., CHAPUIS, L. Y RE, M. (EDS.)

pueden ser editados directamente en papel (o que pueden descargarse como archivos imprimibles sin ninguna modificación, como son, por ejemplo, los archivos pdf<sup>30</sup>). Las posibilidades de búsqueda y navegación son muy limitadas puesto que son estáticos, aunque, bien es cierto, que la reducida extensión de sus nomenclaturas permite una lectura vertical tradicional relativamente rápida. A diferencia de los diccionarios y glosarios digitalizados, los diccionarios digitales, creados y publicados para su explotación en internet, permiten una verdadera navegación por el texto y la obtención de información relacionada es rápida y más completa. También el mantenimiento de la información es mucho más fácil y las actualizaciones pueden producirse con facilidad. Hay que señalar, en todo caso, que no todos ellos presentan el mismo nivel de desarrollo de la navegación, pero las facilidades de consulta y mantenimiento son mayores que en cualquier diccionario o glosario digitalizado. De este modo, la información de glosarios y diccionarios se presenta de acuerdo con tres modelos: estáticos, semidinámicos y dinámicos.



Figura 7. Glosario digitalizado.

Fuente: [23] <http://datatur.sectur.gob.mx/wb/datatur/glosario>

<sup>30</sup> [22] <http://static.lexicool.com/dictionary/WX1BD28191.pdf>

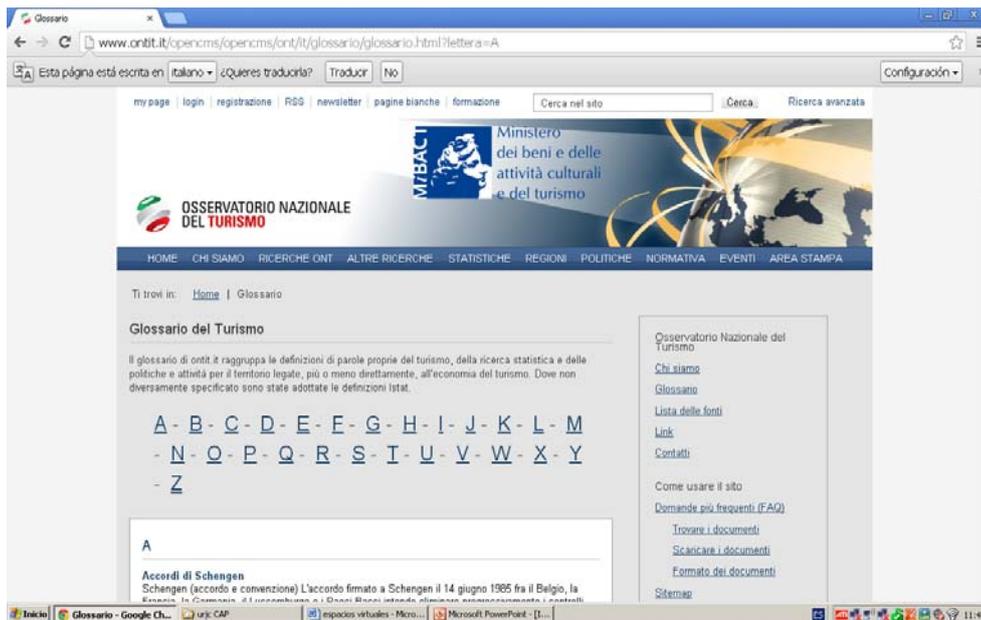


Figura 8. Ejemplo de glosario digital.

Fuente: [24] <http://www.ontit.it/opencms/opencms/ont/it/glossario/glossario.html>

Los problemas de accesibilidad a la información no solamente se encuentran en las diferencias entre textos digitales y digitalizados, sino que está en la red misma y en la pericia de los usuarios para localizar información especializada. No vamos a entrar aquí en los protocolos de búsqueda que siguen los usuarios (o en la falta de ellos), pero la disposición y localización en la red de glosarios y diccionarios revela que hay, al menos, dos perfiles claros de usuarios: un usuario ocasional o que se inicia en la búsqueda de léxico del turismo y un usuario especialista (profesional del turismo o profesionales que trabajan con léxico especializado, como, por ejemplo, los traductores). Para la mayoría de los usuarios, las posibilidades de encontrar y acceder en búsquedas esporádicas a grandes repertorios terminográficos (bases de datos y diccionario de referencia en la materia) o a portales que reúnan diccionarios especializados<sup>31</sup> es baja, fundamentalmente por las posibilidades restringidas de búsqueda de los propios buscadores. Como ya dijimos, las grandes bases de datos y los diccionarios terminológicos reúnen subgrupos léxicos, por lo que aunque estos incluyan el área temática deseada (diccionario de turismo, por ejemplo), no van a encontrar identificado el repertorio general con un nombre específico. Solamente podrán localizar la información léxica que contienen si acceden a ella mediante desarrollos de ontologías que permitan la extracción de esa información. En *Le grand dictionnaire terminologique (GDT)*, por ejemplo, no hay ninguna área específica del turismo pero, sin embargo, encontramos léxico de este ámbito, clasificado en áreas afines<sup>32</sup>. Solamente si a priori se conoce que el léxico buscado forma parte de uno de sus subconjuntos léxicos es posible realizar una búsqueda léxica en ellos. También hay que tener en cuenta que algunos recursos de la red, aunque pueden identificarse con

<sup>31</sup> El portal [lexicool.com](http://www.lexicool.com), que actualmente da acceso gratuito a 7500 diccionarios, contiene 32 repertorios que responden a turismo como tema. [25] <http://www.lexicool.com/dizionario-online.asp?FSP=2&FKW=turismo>

<sup>32</sup> En este diccionario, el término 'agence de voyages' está asociado a los campos 'hébergement et tourisme > voyage entreprise > entreprise commerciale'. [28] [http://www.granddictionnaire.com/ficheOqf.aspx?Id\\_Fiche=8369726](http://www.granddictionnaire.com/ficheOqf.aspx?Id_Fiche=8369726)

facilidad, no son gratuitos<sup>33</sup>, por lo que el usuario ocasional va abandonar esta vía de información y buscará otro recurso gratuito en el que obtener la información léxica que necesita.

## 5. DICCIONARIOS Y GLOSARIOS FICTICIOS, FESTIVOS E IMAGINARIOS

Nos hemos referido ya a los textos que adoptan una ordenación alfabética para la organización y presentación de la información y que son denominados diccionarios por sus propios autores. Es relativamente frecuente encontrar en la red textos de estas características, pero en el ámbito del turismo, en particular en ocio y restauración, el uso del orden alfabético para organizar la información se utiliza con cierta facilidad. Estos textos corresponden a una producción ficticia, que en muchos casos adquiere dimensiones festivas o incluso completamente imaginarias. No son textos originales en su concepción, ni en la red ni en papel, soporte en el que tenemos ejemplos literarios recientes, como el de Vargas Llosa<sup>34</sup>. Al margen de estas ficciones literarias de contenido normalmente misceláneo, el uso de diccionario como sinónimo de organización textual en artículos (entradas) ordenados alfabéticamente tiene ejemplos variados en la red.

En el ámbito del turismo nos encontramos con guías de viaje que han cambiado la organización espacial de la información (en sentido físico, es decir, lugares) por una organización alfabética, confiriendo así al texto una apariencia fingida de diccionario. En el ejemplo que mostramos a continuación (figura 8), cuyo título *-Diccionario del amante de la India<sup>35</sup>* - hace recordar la obra de Vargas Llosa referida, reúne por orden alfabético breves artículos, principalmente, de los lugares más emblemáticos de la India.



Figura 9. Guía de viaje con ordenación alfabética.

Fuente: [28] <http://www.elmundo.es/suplementos/viajes/2009/88/1248732012.html>

<sup>33</sup> Por ejemplo, el acceso a la información completa del *Oxford Dictionary of Travel and Tourism* requiere suscripción previa. [26] <http://www.oxfordreference.com/view/10.1093/acref/9780191733987.001.0001/acref-9780191733987>

<sup>34</sup> Vargas Llosa, M. (2006). *Diccionario del amante de America Latina*. Barcelona: Paidós.

<sup>35</sup> [27] <http://www.elmundo.es/suplementos/viajes/2009/88/1248732012.html>

En el ámbito de la restauración es aún más frecuente encontrar repertorios ficticios, que se mueven entre lo léxico y lo enciclopédico<sup>36</sup>. En algunos de ellos hay una voluntad expresa de dar al contenido un carácter festivo lo que contrasta con el academicismo que conlleva un título como diccionario o glosario. El siguiente ejemplo *The chocolate dictionary* (figura 9) ilustra a la perfección este uso completamente paralelo del diccionario. Solamente la palabra diccionario en el título nos permite encontrar este documento, que en sí nada tiene que ver con esta subcategoría lexicográfica salvo que contiene entradas léxicas. La ordenación no es alfabética sino temporal aunque es posible acceder a un orden alfabético en la pestaña *word list*. El orden de creación de cada uno de los *post* que componen este texto establece la organización del diccionario. Además, hay que señalar que, a diferencia de los diccionarios de turismo analizados en los epígrafes anteriores, estos glosarios y diccionarios ficticios utilizan la imagen como un elemento constitutivo. El ocio y entretenimiento se mezclan con un objetivo aparentemente lingüístico y se refleja en los cambios visuales de diseño de las páginas web. Se utilizan imágenes, animaciones, tipografías distintas o poco usuales y colores llamativos que no tienen entrada en los glosarios y diccionarios de turismo con finalidad únicamente lingüística.

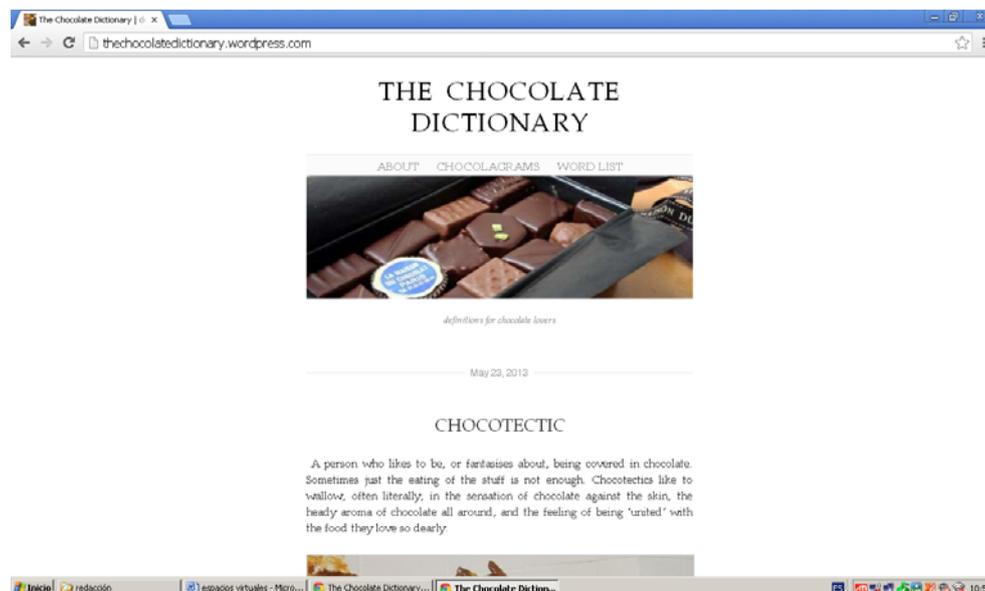


Figura 10. Uso paralelo de diccionario con ordenación temporal de artículos.

Fuente: [31] <http://thechocolatedictionary.wordpress.com/>

Cerramos este capítulo con un ejemplo de un glosario imaginario que es un juego lingüístico basado en criterios onomasiológicos y que cualquier lector reconoce como tal rápidamente porque el diccionario es un género textual básico en el conocimiento de los hablantes.

<sup>36</sup> Las siguientes direcciones son claros ejemplos de ellos.

[29] <http://www.ocholeguas.com/2010/05/24/otrosmundos/1274698184.html>

[30] <http://www.tuzonacaracas.com/municipio/baruta/rutas/glosario-para-pedir-una-arepa-en-caracas>



Figura 11. Glosario imaginario basado en un juego onomasiológico.

Fuente [32]: <http://textosensutinta.blogspot.com.es/2010/04/pequeno-glosario-para-aborrecedores-del.html>

## 6. CONCLUSIÓN

La red ha introducido grandes cambios no solamente en el acceso a los repertorios lexicográficos, lo que es bien conocido, sino, sobre todo, en el número y concepción de estos recursos. La proliferación de bases de datos, tesauros, diccionario y glosarios - recursos que consideramos que encabezan subtipologías lexicográficas-, ha hecho que la información lingüística del léxico especializado sea fácilmente accesible, a diferencia de lo que tradicionalmente ocurría con soportes de papel o digitales (CD o DVD). Las ediciones tradicionales, que por supuesto siguen existiendo, tienen una limitación de localización evidente, pero además, tienen otras limitaciones de concepción que repercuten en la accesibilidad a la propia información, más acusadas en las ediciones de papel que en las digitales, por la imposibilidad en las primeras de expresar y realizar conexiones internas en la información.

Los buscadores de la red devuelven un número elevadísimo de textos con las palabras *diccionario* y *glosario*, fundamentalmente textos especializados. Claro está que no responde esta multiplicidad de textos de la red a un cambio en las políticas editoriales de las obras lexicográficas. Solamente hace falta ver los textos para darse cuenta de que estamos ante un fenómeno de creación completamente distinto. Los repertorios de la red son muy heterogéneos, sobre todo porque conviven textos elaborados con criterios lexicográficos muy diferentes, con estructuras formales distintas y tratamientos muy dispares de los contenidos. En los diccionarios y glosarios especializados esta transformación del acceso a la información léxica es más marcada porque la creación de nuevos glosarios se produce fundamentalmente con léxico especializado por parte de usuarios que a su vez se convierten en creadores. Los diccionarios y glosarios de creación libre, que es así como denominados estos productos creados libremente por usuarios de internet que, en general, no se atienen apenas a criterios lexicográficos ni intervienen en su elaboración expertos ligados a

organizaciones o instituciones oficiales, son casi todos especializados o específicos de una actividad o materia. En lo que se refiere al ámbito del turismo, el análisis que hemos realizado de glosarios y diccionario en distintas lenguas nos permite afirmar que existe una actividad bastante auto controlada en la creación de nuevos repertorios. En general, se puede apreciar una cierta voluntad de ajustarse a criterios lexicográficos, aunque sea de forma implícita y que se buscan en todo momento formatos y estructuras que se ajusten a la organización textual de los diccionarios. En el turismo, la iniciativa de creación parte, en gran medida, de grupos o individuos profesionales o ligados al ámbito del turismo, lo que redundará en glosarios y diccionarios que pretenden ser de utilidad a consumidores de productos turísticos. Esta finalidad propicia que se apliquen de forma explícita o implícita las estructuras formales que marca la lexicografía para glosarios y diccionarios. En cuanto al tratamiento del contenido, este es mucho más variable puesto que hay grandes diferencias entre ellos, tanto en el grado de especialización como en el conocimiento lingüístico que requiere el tratamiento del léxico.

La dificultad para el usuario de valorar la validez del diccionario o glosario encontrado es el principal problema al que se enfrentan los consultantes porque la ordenación de los buscadores no responde a criterios de calidad. En este breve estudio hemos intentado avanzar tres criterios básicos que pueden utilizarse para un análisis rápido de los glosarios y diccionarios de turismo de la red: (i) criterios semántico-cognitivos y lexicográficos; (ii) criterios de fiabilidad de la fuente; (iii) criterios de accesibilidad a la información.

#### **REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS**

- ADAMS, M. (2007). The Critical Dictionary and the Wiki World. *English Today* 90, Vol. 23, (2), pp. 9-18.
- ANDERKA, M., STEIN, B., LIPKA, N. (2012). Predicting Quality Flaws in User-generated Content: The Case of Wiki” SIGIR’12, August 12–16, 2012, Portland, Oregon, USA.
- ATKINS, B. T. SUE, RUNDELL, M. (2008). *The Oxford guide to practical lexicography*. Oxford, Oxford University Press.
- DE BEAUGRANDE, R.A. (1997). «Text Linguistics, Discourse Analysis, and the Discourse of Dictionaries», en Ad Hermans (ed.), *Les dictionnaires spécialisés et l’analyse de la valeur*. Louvain-la-Neuve, Peeters, pp. 57-74.
- BÉJOINT, H., (2000). *Modern Lexicography an introduction*. New York, Oxford University Press.
- BERGENHOLTZ, H., TARP, S. (1996). *Manual of Specialised Lexicography: The preparation of specialised dictionaries*. Amsterdam, John Benjamins Publishing.
- BOWKER, L. (2003). “Specialized lexicography and specialized dictionaries” en P. G. J. van Sterkenburg. *A Practical Guide to Lexicography*. Amsterdam, John Benjamins Publishing, pp 154-166.
- CALVI, M.V. (2011). “Pautas de análisis para los géneros del turismo” / M.V. CALVI (Linguistic insights ; 138) en M. V. CALVI, G. MAPELLI *La lengua del turismo : géneros discursivos y terminología*. Berna, Peter Lang, pp. 19-45
- CALVI, M.V. (2010). “Los géneros discursivos en la lengua del turismo: una propuesta de clasificación”. *Ibérica* 19, pp. 9-32
- CALVI, M.V. (2006). *Lengua y comunicación en el español del turismo*. Madrid, Arco Libros.

CHANDLER, J. (2003). "The Efficacy of Various Kinds of Error Feedback for Improvement in the Accuracy and Fluency of Student Writing". *Journal of Second Language Writing*, 12, (3), pp. 267-296.

CHUN, D. M. ; PLASS, J. L. (1996). "Effects of multimedia annotations on vocabulary acquisition". *The Modern Language Journal*, 80, (2), pp. 183-198.

CONSIDINE, J. (2008). *Dictionaries in Early Modern Europe: Lexicography and the Making of Heritage*. Cambridge, Cambridge University Press.

CROSSLEY, S, SLASBURY, T. (2011). "The Development of Lexical Bundle Accuracy and Production in English Second Language Speakers". *International Review of Applied Linguistics on Language Teaching*, 49 (1), pp. 1-26.

DIMTER, M. (1985). "Sobre la clasificación de textos", en T. van Dijk (ed.), 1999, *Discurso y Literatura*. Madrid, Visor.

EDO MARZÁ, N. (2009). *The Specialised Lexicographical Approach: A Step further in Dictionary Making*. (Linguistic Insights 102. Studies in Language and Communication). Berna, Peter Lang.

EAST, M. (2006). The impact of bilingual dictionaries on lexical sophistication and lexical accuracy in tests of L2 writing proficiency: A quantitative analysis. *Assessing Writing*, 11, pp. 179-197.

FORGAS BERDET, E.; HERRERA RODRIGO, M. (2002). "Análisis del texto lexicográfico: lenguaje científico versus subjetividad". *Tonos Digital*, 4.

<http://www.tonosdigital.com/ojs/index.php/tonos/article/view/529>.

FUNDACIÓN EOI, (2013). *Wikilibro Productos turísticos en Turismo (Escuela Organización Industrial)*;

[http://www.eoi.es/wiki/index.php/Productos\\_tur%C3%ADsticos\\_en\\_Turismo#Turismo\\_de\\_salud\\_-\\_wellness](http://www.eoi.es/wiki/index.php/Productos_tur%C3%ADsticos_en_Turismo#Turismo_de_salud_-_wellness)).

HAENSCH, G. (1997). *Los diccionarios del español en el umbral del siglo XXI*. Salamanca, Ediciones Universidad de Salamanca.

HARTMANN, R. R. K. (2003). *Lexicography : critical concepts. Volume III, Lexicography, metalexigraphy and reference science*. Londres, Routledge.

HAUSMANN, F. J. (1989). "Wörterbuchtypologie", en FRANZ J HAUSMANN ET AL. (eds.), 1989-91, *Wörterbücher/Dictionaries/Dictionnaires. Ein internationales Handbuch zur Lexikographie. An International Encyclopedia of Lexicography. Encyclopédie internationale de lexicographie* (Handbücher zur Sprach- und Kommunikationswissenschaft Volumes 5.1, 5.2, 5.3). Berlin, W. de Gruyter.

*InterActive Terminology for Europe IATE*.

<http://iate.europa.eu/SearchByQueryLoad.do?method=load>

ISENBERG, H. (1983). "Cuestiones fundamentales de tipología textual", en E. BERNÁRDEZ (comp), 1987, *Lingüística del texto*. Madrid, Arco/Libros.

JOLES, A. (1930). *Formes simples*. Paris, Editions du Seuil, 1972.

LANDAU, S. (2001). *Dictionaries: The Art and Craft of Lexicography*. Cambridge, Cambridge University Press.

LIM, M.S. (2010). "An Investigation of Students' Experiences with a Web-Based, Data-Driven Writing Assistance Environment for Improving Korean EFL Writers' Accuracy with English Grammar and Vocabulary". University of Maryland. Tesis de doctorado.

LÓPEZ ALONSO, C. (2014). *Análisis del discurso*. Madrid, Arco/Libros.

MALKIEL, Y. (1962). «A typological classification on dictionaries on de basis of distinctive features», en Hausmann (ed.) (2003), pp. 51-69.

- MATESANZ, M., PÉREZ BRONCANO, O., LÓPEZ ALONSO, C. (2010). "Criterios de clasificación para una tipología de glosarios en línea". En *IX Congreso Internacional de Lingüística General*. Valladolid. (CD).
- MEYER, I, MACKINTOSH, K. (2000). "When terms move into our everyday lives: An overview of de-terminologization". *Terminology*, 6, (1), pp. 111–138.
- MIRA RUEDA, C. (2008). El discurso turístico en inglés y en castellano. Tesis doctoral inédita. Universidad de Málaga. Málaga.
- NATION, I. S. P. (2001). *Learning vocabulary in another language*. Cambridge, Cambridge University Press.
- Oxford Dictionary of Tavel and Tourims*.  
<http://www.oxfordreference.com/view/10.1093/acref/9780191733987.001.0001/acref-9780191733987>
- PODHAJECKA, M. (2009). "Historical Development of Lexicographical Genres: Some Methodological Issues", en R. W. MCCONCHIE, ALPO HONKAPOHJA, AND JUKKA TYRKKÖ (eds), *Selected Proceedings of the 2008 Symposium on New Approaches in English Historical Lexis (HEL-LEX 2)*, pp. 153-170.
- REY, A. (1970). «Typologie génétique des dictionnaires». *Langages*, 5e année, 19. La lexicographie. pp. 48-68.
- SHCHERBA, L.V. (1940). «Towards a general theory of lexicography», en Hartman (ed.) (2003), pp.11-50.
- SVENSÉN, B. (2009). *A handbook of lexicography : the theory and practice of dictionary-making*. Cambridge, Cambridge University Press.
- SWANEPOEL, P. (2003). "Dictionary typologies: A pragmatic approach" en P. G. J. VAN STERKENBURG. *A Practical Guide to Lexicography*, Amsterdam, John Benjamins Publishing, pp. 45-69.
- VARGAS LLOSA, M. (2006). *Diccionario del amante de America Latina*. Barcelona, Paidós.
- WAY, D. P., JOINER, E. G., SEAMAN, M. A. (2000). "Writing in the Secondary Foreign Language Classroom: The Effects of Prompts and Tasks on Novice Learners of French". *The Modern Language Journal*, 84 (2), pp. 171-195.

### Referencias electrónicas

- [1] Glosario. Spanatura.com: <http://www.spanatura.com/glosario/>
- [2] *Wellness Glossary – Health and Wellness Definitions*:  
<http://wellnessproposals.com/wellness-library/glossaries/wellness-glossary/#-A->
- [3] Spa & Wellness Glossary:  
<http://www.spafinder.com/spaguide/spa101/glossary.htm>
- [4] Glossary. Health and Wellness:  
<http://www.tcgfhealthandwellness.com/glossary/direct-access.html?letter=M>
- [5] Glossary of Terms. Serenity on de Square:  
<http://serenityonthesquare.com/GlossaryOfTerms.asp>
- [6] Capoeira glossary: <http://www.cdol.co.uk/useful-info/glossary.html>
- [7] Glosario. Grupo Muzenza: <http://www.muzenzaleon.com/glossary/25/letterh>
- [8] IATE (InterActive Terminology for Europe):  
<http://iate.europa.eu/SearchByQueryLoad.do?method=load>
- [9] Tourisme. Eurostat:  
<http://epp.eurostat.ec.europa.eu/portal/page/portal/tourism/data/database>

## Turismo y representación espacial

PIÑEIRO MACEIRAS, M.L., CHAPUIS, L. Y RE, M. (EDS.)

- [10] Bases de données.Tourisme.INSEE. <http://www.insee.fr/fr/bases-de-donnees/default.asp?page=statistiques-locales/tourisme.htm>
- [11] Tourism New Zealand Operator Database: <http://www.register.newzealand.com/en/home/>
- [12] La Base de Données Touristiques Départementale. Service de la langue française. Communauté française de Belgique : <http://pro.cotedor-tourisme.com/la-base-de-donn%C3%A9es-touristiques-d%C3%A9partementale>
- [13] Banque de données terminologique. Service de la langue française. Communauté française de Belgique : <http://www2.cfwb.be/franca/bd/tourfram.htm>
- [14] Tesaruo. Instituto de Turismo de España: <http://www.iet.tourspain.es/ES-ES/documentacionturistica/publicacionescdte/tesauro/Documents/tesauro.pdf>
- [15] Encyclopedia of Worldwide Tourism Research. CIRET [http://www.ciret-tourism.com/index/thesaurus\\_abc.html#B](http://www.ciret-tourism.com/index/thesaurus_abc.html#B)
- [16] *Diccionario turístico abreviado*, por Antonio Torrejón <http://www.cienaniosdeturismo.gov.ar/pagina.asp?IdSeccion=19>
- [17] Vocabulaire de l'équipement, des transports et du tourisme [http://www.dglf.culture.gouv.fr/publications/vocabulaires/equipement\\_transports\\_tourisme.pdf](http://www.dglf.culture.gouv.fr/publications/vocabulaires/equipement_transports_tourisme.pdf)
- [18] Lèxic de transport. Termcat. [http://www.termcat.cat/ca/Diccionaris\\_En\\_Linia/36/Fitxes/catal%C3%A0/H/turistich](http://www.termcat.cat/ca/Diccionaris_En_Linia/36/Fitxes/catal%C3%A0/H/turistich)
- [19] *Grand Dictionnaire Terminologique (GDT)*. <http://www.granddictionnaire.com/>
- [20] Glosario. Escuela de Turismo VOX. <http://www.profesionalesdelturismo.es/diccionario/contenido.php?letra=ch&pag=3>
- [21] *Diccionario de términos turísticos*. boletin –turistico.com. <http://www.boletin-turistico.com/diccionarioturismo>
- [22] <http://static.lexicool.com/dictionary/WX1BD28191.pdf>
- [23] Glosario de términos: <http://datatur.sectur.gob.mx/wb/datatur/glosario>
- [24] Glossario de turismo. Osservatorio Nazionale del turismo.: <http://www.ontit.it/opencms/opencms/ont/it/glossario/glossario.html>
- [25] Lexicool: <http://www.lexicool.com/dizionario-online.asp?FSP=2&FKW=turismo>
- [26] *Oxford Dictionary of Travel and Tourism* requiere suscripción previa. [26] <http://www.oxfordreference.com/view/10.1093/acref/9780191733987.001.0001/acref-9780191733987>
- [27] *Diccionario del amante de la India*: <http://www.elmundo.es/suplementos/viajes/2009/88/1248732012.html>
- [28] Glosario de términos. Datatur. <http://datatur.sectur.gob.mx/wb/datatur/glosario>
- [29] *Diccionario del amante de la gastronomía asturiana*: <http://www.ocholeguas.com/2010/05/24/otrosmundos/1274698184.html>
- [30] *Glosario para pedir una arepa en Caracas*. <http://www.tuzonacaracas.com/municipio/baruta/rutas/glosario-para-pedir-una-arepa-en-caracas>
- [31] *The Chocolate Dictionary*. <http://thechocolatedictionary.wordpress.com/>
- [32] *Pequeño glosario de los aborrecedores del té*: <http://textosensutinta.blogspot.com.es/2010/04/pequeno-glosario-para-aborrecedores-del.html>

## LOS MUNDOS VIRTUALES: UN ESPACIO PARA LA ENSEÑANZA DEL ESPAÑOL DEL TURISMO

*Paloma GARRIDO IÑIGO*

Universidad Rey Juan Carlos

[paloma.garrido@urjc.es](mailto:paloma.garrido@urjc.es)

### Resumen

La presencia del idioma inglés es innegable en la industria turística y, muy concretamente, en los servicios de aviación. Tanto es así que el personal de los aeropuertos españoles ha tenido que incorporar un número elevado de términos y estructuras en inglés, que quedan patentes en las conversaciones aeroportuarias y que han dado lugar a textos orales que muestran altos niveles de interferencia.

En el marco del proyecto UBICamp (526843-LLP-1-2012-1-ES-ERASMUS-ESMO), nuestro objetivo es el estudio de estas interferencias y su aplicación en la enseñanza del español para turismo. Con este fin, se ha creado un corpus que contiene las conversaciones entre el personal de Barajas y los pasajeros. Los datos recogidos demuestran la presencia de préstamos, así como de calcos, la mayoría de los cuales ya forman parte de la lengua española en el sector turístico (por ejemplo, *clase ejecutiva*, *upgrade* o *frequent flyer*). A continuación, se ha creado un mundo virtual en Opensim y se han diseñado actividades, basadas en estas conversaciones prototípicas del aeropuerto, con objeto de facilitar el aprendizaje del léxico turístico español y las estructuras inglesas que en él aparecen.

El fin último de esta investigación no sólo es concienciar a los estudiantes de la presencia del inglés en el discurso español, sino también facilitar glosarios y habilidades comunicativas que contribuyan a mejorar sus niveles de producción en la lengua extranjera.

**Palabras clave:** mundos virtuales, francés de especialidad, interferencias del inglés

### Abstract

There is little doubt of the imposing presence of the English language in the tourist industry, especially in that of aviation services. Hence, Spanish airport staff has been compelled to incorporate an ever-increasing number of English words and structures in their every-day Spanish conversations, resulting in oral texts that show high levels of interference.

Within the framework of UBICamp project (526843-LLP-1-2012-1-ES-ERASMUS-ESMO), the goal of this presentation is to see the extent to which this interference is made visible and how it can be applied to the teaching of Spanish for Tourism. To this aim, a corpus containing conversations between members of Barajas Airport staff and passengers has been used. The data collected prove the presence of borrowings as well as of calques, most of which are already part of the Spanish language in the tourist industry (e.g. “clase ejecutiva”, “upgrade” or “frequent flyer”). Thus, and by means of an Opensim virtual world, some individual and group activities intended for students have been designed. These activities, which are based on prototypical airport conversations, are aimed to facilitate the learning of Touristic Spanish lexis and structures through the medium of English.

The ultimate end of this research is not only to raise the students’ awareness of the English presence in the Spanish discourse, but also to eventually facilitate them with

glossaries and skills which might enhance their production levels in the foreign language.

**Keywords:** virtual worlds, French for specific purposes, English interferences

## **1. INTRODUCCIÓN**

De todos es sabido que España siempre ha sido destino turístico por excelencia. Si tenemos en cuenta que el número de visitantes internacionales durante 2012 fue de 58 millones (datos extraídos del MITyC), no es de extrañar que, en los últimos tiempos, se haya impulsado la creación de facultades de Turismo<sup>37</sup> y el estudio especializado de lenguas extranjeras para este campo en particular. Paralelamente, es innegable la presencia omnipotente del inglés en la industria turística, algo que se hace, si cabe, más manifiesto en el sector de servicios de aviación.

Así las cosas, el mundo académico no ha podido ser impermeable a esta circunstancia. En las tres últimas décadas, han visto la luz un buen número de publicaciones centradas en la sempiterna presencia de la lengua inglesa en otros idiomas español incluido. De ahí la proliferación de estudios<sup>38</sup> que analizan, precisamente, cómo nuestro idioma presenta o acoge palabras, frases o estructuras que beben directamente de la lengua de Shakespeare. Está claro que la actual posición de preponderancia del inglés en los ámbitos científico y empresarial es responsable, en buena medida, de este escenario; no en vano muchos profesionales deben recurrir a él como canal de expresión oral, cuando no como plataforma de información y publicación, y el mundo del turismo no es singular en este respecto. Una de las consecuencias directas más visibles de este panorama en general, y en el campo turístico en particular, es la constante interferencia de la lengua inglesa en el discurso español. Esta interferencia se manifiesta mediante, por un lado, préstamos, y, por otro, calcos léxicos, morfológicos y sintácticos, tanto en el lenguaje escrito como a nivel conversacional.

En líneas generales, la interferencia del inglés en nuestra lengua es un fenómeno que ya ha suscitado la atención de estudiosos de la traducción y lingüistas, también en el campo turístico. Con todo, aún no abundan los estudios que se centren en el modo en que esta presencia puede ser utilizada con propósitos pedagógicos en el contexto de la educación terciaria, y más concretamente en el aula de español de turismo para alumnos extranjeros (cuya lengua madre pudiera ser, precisamente, el inglés, cuando no su segunda o, incluso, tercera lengua).

## **2. SOBRE EL CONCEPTO DE INTERFERENCIA<sup>39</sup>**

Este estudio parte de la base de que el español turístico, como consecuencia directa de la situación antes mencionada, cuenta con infinidad de palabras (y estructuras) que presentan una semejanza asombrosa a otras existentes en la lengua inglesa. Según afirma Odlin (1993: 27), la transferencia lingüística es “la influencia derivada de las

---

<sup>37</sup> El Centro Español de Nuevas Profesiones (CENP) fundó en 1957 la primera Escuela de Turismo de España, concretamente en Madrid. En 1963, el Ministerio de Información y Turismo recogió la iniciativa del CENP creando la Escuela Oficial de Turismo. En la actualidad, existen cuarenta y una universidades que ofertan el Grado de Turismo en toda España, en algunos casos en modalidad bilingüe.

<sup>38</sup> Estos estudios comprenden desde diccionarios (RODRÍGUEZ Y LILLO, 1997; PRADO, 2003, etc.) hasta manuales, tesis doctorales, artículos en revistas especializadas y monografías (LORENZO, 1996).

<sup>39</sup> Aunque, según Odlin, “transferencia” (*transfer*) no es exactamente lo mismo que “interferencia” (dadas las connotaciones negativas de esta palabra; de ahí su propuesta del concepto de “transferencia negativa”), el término “interferencia” se utiliza extensamente en estos contextos (1993: 26).

similitudes y las diferencias existentes entre la lengua meta y cualquier otra lengua que haya sido adquirida (quizás de forma imperfecta) previamente” (nuestra traducción). En nuestro caso particular del estudiante de español turístico (como veremos a continuación, los estudiantes a los que nos referimos son alumnos extranjeros, no incluidos en el programa ERASMUS, cuya lengua materna no es el español y que están matriculados en los cursos 2º y 3º del Grado de Turismo de la Universidad Rey Juan Carlos), esta interferencia lingüística se hace patente debido a dos circunstancias distintas pero interrelacionadas:

Por un lado, un dominio insuficiente del idioma por parte del alumno, que cuenta con un conocimiento del español que va desde un nivel A2 (caso de los estudiantes asiáticos) hasta un B2 (caso de los europeos). En consecuencia, muchas veces este recurre al inglés para solucionar sus necesidades comunicativas, lo que provoca en ocasiones soluciones desacertadas, cuando no incorrectas. Tal y como apunta Kellerman (1995: 129), estos hablantes hacen uso de *estrategias de compensación* en las que, muchas veces, es fácilmente perceptible el efecto de la lengua inglesa<sup>40</sup>, esto es, recurren a ella para solucionar sus problemas lingüísticos y, de este modo, buscar una *compensación* a su falta de conocimientos. Huelga decir que el efecto será mayor cuanto más similares sean las lenguas desde un punto de vista tipológico, como es nuestro caso.

Por otro lado -aunque no siempre necesariamente- dicha interferencia es el resultado directo de un proceso de autotraducción a partir del inglés, y que pudiera responder a lo que Chesterman denomina *principle of perceived similarity*:

"Los traductores, en el proceso de búsqueda de soluciones, generalmente consideran en primer lugar aquellos recursos en la lengua meta que se perciben similares a la lengua de partida" (Chesterman, 1998: 69) (nuestra traducción).

### 3. OBJETIVOS

El objetivo del análisis que aquí se plantea presenta una doble vertiente:

En primer lugar, un estudio de los diversos tipos de préstamos y calcos que se hacen visibles en nuestra lengua, concretamente en el campo turístico, como resultado de la influencia del inglés. Para ello hemos recurrido a un corpus español que recoge conversaciones prototípicas entre personal de tierra y pasajeros en el madrileño Aeropuerto de Barajas para, a continuación, crear una tipología de calcos y préstamos, que, a su vez, han sido cuantificados. En este sentido, y dado que buena parte de los calcos y préstamos registrados forman ya parte de la lengua española para el sector de Turismo, hemos aprovechado esta circunstancia para hacer uso de esa interferencia con el propósito de favorecer el aprendizaje de la lengua especializada. Así, la llamada *transferencia negativa* puede convertirse, de este modo, en *transferencia positiva* como herramienta de aprendizaje.

El segundo de los objetivos, que deriva directamente del primero, consiste en el desarrollo de un mundo virtual en Opensim que contiene actividades elaboradas a partir de las conversaciones prototípicas recogidas en el corpus de trabajo, y que van destinadas a mejorar los niveles de producción lingüística de los estudiantes de español para turismo. Como veremos, estas actividades contienen un buen número de

---

<sup>40</sup> Son muchos los autores que, a lo largo de estos años, han dedicado sus esfuerzos al estudio de estas estrategias de compensación. Para una información más exhaustiva sobre este particular, véase Kellerman, 1995.

anglicismos habituales en el discurso turístico español contemporáneo, concretamente en el ámbito aeroportuario.

Con estos objetivos en mente, hemos elaborado un prototipo para la enseñanza del español del turismo centrado en las conversaciones habituales que tienen lugar en un aeropuerto, entre personal y pasajeros. Se trata de una prueba piloto que incorpora las TIC en el aula y que permite que los estudiantes obtengan créditos de reconocimiento académico, proporcionándoles además unos conocimientos que revierten directamente en sus estudios. En este prototipo no sólo hemos tratado las estructuras características de este tipo de discurso aeroportuario, sino que además hemos incorporado los anglicismos, tanto préstamos como calcos léxicos, más frecuentes que recoge nuestro corpus. Su presencia no sólo se justifica por los motivos pedagógicos que rigen este experimento, sino también porque hacer caso omiso de ellos sería falsear la realidad discursiva de las conversaciones objeto de análisis. El objetivo final será la adquisición de este léxico específico recurriendo para ello al conocimiento previo que el alumno tiene de la lengua inglesa.

#### **4. METODOLOGÍA**

##### **4.1. El corpus**

Con el fin de desarrollar este estudio de corte descriptivo, hemos recurrido a un corpus cerrado que nos permitiera, a priori, llegar a conclusiones coherentes y bien justificadas. Así, los datos que aquí se exponen están extraídos del siguiente corpus, que consta de dos bloques diferenciados, uno oral (A) y otro escrito (B):

A: Las conversaciones recogidas en la terminal T4 del Aeropuerto de Madrid Barajas entre personal de tierra y pasajeros durante el mes de julio de 2013 (96 horas de transcripciones procedentes de los mostradores de facturación de IBERIA y de los mostradores de información y de tránsito); y

B: El *Manual de formación nuevo ingreso*<sup>41</sup>, que se proporciona a los nuevos trabajadores que se incorporan como personal de tierra en el aeropuerto de Madrid Barajas.

Es importante señalar que nuestra finalidad no es la utilización de los tecnicismos utilizados por el personal aeroportuario español de modo interno (muchos de ellos aparecen el manual antes mencionado), sino la vulgarización que se hace de ellos en las conversaciones con los pasajeros exclusivamente. Siendo así, no analizaremos, por ejemplo, términos como *codeshare*, o *código compartido* (acuerdo suscrito por dos aerolíneas para explotar conjuntamente una determinada ruta), ya que en ninguna de las conversaciones recogidas en el corpus, y tras confirmarlo con el personal de tierra, figura en el tipo de discurso, objeto de nuestro estudio, que se produce entre personal y pasajeros. El manual, sin embargo, ha constituido una herramienta eficaz para ratificar que todos los términos utilizados en el corpus tienen su prueba escrita, es decir, son términos comunes en todos los aeropuertos españoles.

##### **4.2. Interferencia lingüística en las conversaciones del corpus (préstamos y calcos)**

Antes de presentar nuestro análisis, se antoja necesaria una explicación sobre qué entendemos por calco y préstamo. Así, denominamos *préstamo* a una transferencia directa de significante y significado de una lengua a otra, generalmente un elemento

---

<sup>41</sup> Manual facilitado por la Delegación Aeropuerto Madrid Barajas. Unidad de Pasajeros. C.Lusquiños/v.jan2000, 126 págs.

léxico (Gómez Capuz, 2009)<sup>42</sup>. Sirvan de ilustración los siguientes ejemplos extraídos de nuestro Corpus A:

(Mostrador de tránsito)

*"Lo sabemos. Lo que le quiero decir es que usted es un pasajero misconex y ahora le daremos el siguiente vuelo y un voucher para comer".*

(Mostrador de facturación)

*"Disculpe, como el vuelo tiene overbooking, está usted en lista de espera".*

*"Solo se puede hacer pool si se viaja en business".*

*"Buenos días, mi hijo viaja como UM (unaccompanied minor) y vengo a contratar a la azafata".*

*"¿Me puede poner la etiqueta de priority en la maleta?".*

(Mostrador de venta de billetes)

*"No me han querido cambiar el asiento en Zurich para el vuelo de Madrid-Alicante porque me han dicho que la empresa de handling no es Iberia".*

Cabe destacar que algunos de estos préstamos solo tienen carácter local, es decir, se utilizan exclusivamente en el ámbito conversacional entre pasajeros y compañías españolas. Así sucede, por ejemplo, con el vocablo *free* (pasajero vinculado a la industria aérea y que posee un billete con algún tipo de descuento), ya que si el personal de una compañía aérea española se dirige a un empleado de una compañía extranjera, el término que usará es *staff ticket*. En otras ocasiones, el préstamo se impone para que el pasajero no tenga duda de lo que se le está preguntando, como es el caso de *check-in*: cuando el personal de facturación utiliza el término español y pregunta al pasajero si ha "facturado", este suele entender que se le está preguntado si ha facturado el equipaje, cuando "facturar" se refiere *strictu sensu* a la obtención de la tarjeta de embarque; con el término inglés *check-in*, el pasajero piensa de inmediato en la tarjeta de embarque.

Resulta curioso señalar cómo algunos términos de origen inglés no se utilizan, pese a la creencia popular, en un aeropuerto español. Así sucede con *transfer*, o cupón que se emplea para transferir a un pasajero de una compañía a otra. Aunque este vocablo está presente en nuestro Corpus B, el término que recogemos para nuestras actividades es el de "FIM", como en:

*"Le vamos a dar un FIM (Flight Interruption Manifest) para que vaya a Air Europa"* (Corpus A).

Por otro lado, *los calcos*, según afirma Odlin, son "errores que reflejan de forma clara una estructura de la lengua nativa" (1993: 37) (nuestra traducción), y que surgen, en palabras de Lee (1990), porque "la forma o uso correctos de un elemento meta no forma parte de la competencia del hablante o escritor" (nuestra traducción). En este sentido es importante realizar una distinción entre calcos y faltas, dado que estas últimas "surgen por motivos de cansancio, estrés, falta de atención, etc." (Lee, 1990: 56) (nuestra traducción).

Esta última puntualización hecha por Lee es claramente perceptible en las conversaciones recogidas en nuestro corpus. Por regla general, el personal de Barajas

---

<sup>42</sup> Véase este autor para una revisión crítica de los conceptos lingüísticos relacionados con la noción de "préstamo" en el español actual.

que tiene que tratar con los pasajeros utiliza un vocabulario comprensible, en gran medida, por los clientes. Sin embargo, en momentos de gran afluencia, de problemas con vuelos, cuando los pasajeros solicitan mucha información, etc., el personal, por motivos de economía lingüística, tiende a utilizar calcos léxicos internos que Haugen (1953/1969) denomina "creaciones" (véase a continuación), y que rara vez suelen ser entendidas por los pasajeros.

El calco léxico es, sin duda, el que más posibilidades ofrece para nuestros propósitos, por encima del morfológico y el sintáctico. Siguiendo a Haugen, distinguiremos entre *extensiones* (llamados también calcos semánticos y cuyo significado es una amplificación del original) y los llamados *creaciones*, es decir, nuevas formaciones que se logran recurriendo a derivaciones o a la formación de compuestos o, incluso, frases enteras. Los siguientes ejemplos, extraídos de nuestro Corpus A, aparecen ordenados a continuación siguiendo la división propuesta por Haugen:

### - Extensiones

*Si finalmente no consigue asiento, tiene usted derecho a una plaza confirmada en otro vuelo y a una compensación económica (del inglés *compensation*, "indemnización").*

*Su vuelo es doméstico, solo necesita el DNI (del inglés *domestic flight*, "nacional").*

*Su billete es de tarifa económica (del inglés *economy class*, "turista").*

### - Creaciones

*El pasajero ha sido ofeleado<sup>43</sup> (del inglés *offloaded*, "desembarcado").*

*Como han cancelado su vuelo a Ibiza, vamos a rerrutarle/rerrutearle por Valencia (del inglés *reroute*, "redirigir, cambiar de dirección").*

*Lo sentimos, ya se ha cerrado el vuelo y ha sido deleteado (del inglés *delete*, "borrar").*

## 4.3. La plataforma Opensim: resultados parciales

Nuestra decisión de crear un mundo virtual mediante Opensim se debe a los excelentes resultados obtenidos con la plataforma "El aeropuerto de Pinto", diseñada para la enseñanza del francés de especialidad turística<sup>44</sup> (GARRIDO Y RODRÍGUEZ, 2013, GARRIDO, 2012). Este sim demostró que la fragmentación cognitiva que supone el uso de un mundo virtual, en el que el estudiante es representado por un avatar, daba lugar al nacimiento de dos nuevas identidades en el aprendiente: por un lado, la percepción consciente de su dualidad y, por otro lado, el olvido momentáneo del yo que está sentado delante del ordenador.

El yo del estudiante que está en clase focaliza su atención en el mundo virtual y no percibe que el profesor le esté dando unas consignas verbales en una lengua extranjera. Es más, responde al profesor en esa misma lengua, pero como su atención está centrada en su avatar y los demás individuos virtuales, no es consciente de que el intercambio verbal se esté produciendo. Lo que sucede fundamentalmente es que el estudiante no se siente en el punto de mira del profesor.

Nuestro metaverso, que hemos denominado *Aeropuerto español*, está formado por cinco islas que corresponden a las siguientes etapas de objetivos:

---

<sup>43</sup> El término *ofeleado* es, por lo general, de uso interno. Sin embargo, en alguna ocasión el pasajero puede escuchar que se alude a él con ese apelativo. La reacción es siempre de enfado, ya que este tiende a interpretarlo de forma negativa. De hecho, cuando se imparte el cursillo de formación al nuevo personal de Iberia, siempre se alude a una célebre reclamación de un pasajero que argumentó que un miembro del personal de tierra le dijo que había sido *ofeleado*, a lo que él, enojado y molesto, replicó que "estaba muy sano".

<sup>44</sup> Proyecto ABANT (Avatar Behavior Analysis based on kNowledge inTegration), TIN2010-19872/TSI.



Figura 1. Mapa del sim.

1. Etapa de instrucción: una isla de control (fig. 2), donde los estudiantes aprenden las herramientas básicas para saber desplazarse e interactuar con los objetos, y una isla de aprendizaje, en la que se recrea un aeropuerto que contiene siete textos con conversaciones prototípicas (recreadas a partir del corpus previamente recogido) sobre las que luego serán preguntados (fig. 3).



Figura 2. Vista parcial de la isla de control.

Pasajero: Buenas noches, una pregunta: ¿Puedo volar en primera con la tarjeta de puntos Frequent flyer?  
Personal de facturación: Buenas noches, permítame la tarjeta... Tiene usted categoría Premium Gold y observo que dispone de las millas necesarias para conseguir un upgrade. ¿Adónde viaja?

## Turismo y representación espacial

PIÑEIRO MACEIRAS, M.L., CHAPUIS, L. Y RE, M. (EDS.)

Pasajero: A Nueva York.  
(El pasajero le tiende el pasaporte.)  
Personal: Su billete es de clase turista y desea un upgrade a ¿business o club?  
Pasajero: Mi amigo va en primera, así que si puedo ir con él, estupendo.  
Personal: Como le decía, tiene las millas necesarias para elegir la clase y además compruebo que hay asientos disponibles en cualquiera de las dos.  
Pasajero: Perfecto entonces. Por cierto, mi maleta pesa bastante y la de mi amigo va casi vacía. ¿Podríamos juntar los pesos?  
Personal: Sí, pueden hacer pool.  
Pasajero: Una pregunta más: como uso los puntos de la tarjeta, en el caso de que me perdieran la maleta, ¿podría reclamar?  
Personal: ¡Por supuesto! Y dependiendo de las circunstancias, tendría derecho a una compensación económica.

Figura 3. Ejemplo de recreación de discurso en el aeropuerto.

**2. Etapa de comprensión escrita:** una isla de pruebas individuales, con forma de aula, donde los estudiantes deben completar siete cuestionarios (cada uno contiene cinco preguntas), en forma de ventanas de diálogo con selección múltiple, cuya finalidad es encontrar el término (o explicación) adecuado en español para el préstamo o calco. Cada cuestionario (fig. 4) está relacionado con uno de los textos que leyeron en la isla de aprendizaje (fig. 3).

1. ¿A qué se refiere el término "pool"?  
A. A la franquicia de equipaje  
B. Al equipaje documentado en conjunto (X)  
C. Al equipaje gratuito
2. ¿A qué corresponde la clase "business"?  
A. A la clase ejecutiva y a la preferente (X)  
B. A la clase preferente  
C. A la primera clase
3. ¿Cómo se cuentan los puntos en las tarjetas de fidelización?  
A. En millas (X)  
B. En kilómetros  
C. En dólares
4. ¿Qué consigue el pasajero con un "upgrade"?  
A. Una rebaja en el precio  
B. Una categoría superior (X)  
C. Puntos gratuitos
5. ¿A qué se refiere en este contexto la expresión "compensación económica"?  
A. A un "upgrade"  
B. A una indemnización (X)  
C. A un reembolso

Figura 4. Preguntas de la isla de pruebas individuales (relacionadas con el texto de la fig. 3).

3. Etapa de producción escrita: una isla de pruebas en grupo (fig. 5), en las que el sistema une a los estudiantes de manera aleatoria, y en la que deben completar textos relacionados con la isla de aprendizaje.



Figura 5. Creación de equipos en la isla de pruebas de grupo.

4. Etapa de evaluación y recompensa: todas las pruebas conllevan una puntuación, de manera que el estudiante las perciba como un juego en las que haya un ganador. En esta isla (fig. 6), profesor y estudiantes analizan las producciones escritas, se explican los errores y aciertos y se otorga un premio simbólico a las tres mejores puntuaciones.



Figura 6. Estudio de las producciones escritas en la isla de resultados.

En el caso concreto de esta exposición, nos centraremos únicamente en las etapas 1 y 2.

La plataforma se diseña para doce estudiantes, de manera que los posibles problemas que puedan surgir en el uso del mundo virtual puedan solventarse durante la experimentación. Los alumnos se inscriben voluntariamente a esta actividad de tres

horas de duración, fuera de sus horas de clase. En nuestro caso particular fueron 48 los voluntarios, por lo que se crearon cuatro grupos de doce alumnos cada uno. Tres de estos grupos estaban formados por estudiantes chinos (21), japoneses (10) y coreanos (5); el grupo restante lo formaban estudiantes rumanos (3), albaneses (5), yugoslavos (2) y búlgaros (2). Como apuntábamos anteriormente, los grupos asiáticos presentaban un nivel A2 de español, y los grupos europeos un nivel B1-B2.

En cuanto a los resultados concretos de las actividades correspondientes a la etapa de comprensión escrita, el 77 % de los estudiantes europeos encuentran el término de definición correcto en español para el préstamo, frente al 12 % de los estudiantes asiáticos. Además, el 63 % de los estudiantes europeos encuentran el término o definición correctos en español para el calco, frente a un 3 % de los asiáticos.

Mediante este enfoque pedagógico constructivista (Williams y Burden, 1997) - comunicativo (Brumfit y Johnson, 1971), lo que se potencia es la relación alumno-alumno a través del chat, que se convierte no solo en un texto escrito, sino en la representación escrita de una verbalización y en un primer paso hacia la comunicación oral. Si el estudiante sabe que se está expresando con otro estudiante, aunque sea por escrito, no tendrá el miedo habitual a la presión de hacerlo oral y públicamente en el aula. Y además no le importará cometer fallos, sino que lo que estará intentando ante todo es hacerse entender.

Para aprovechar el desdoblamiento cognitivo que supone la presencia de un avatar virtual, la clase con la plataforma tiene que ser presencial, de manera que el estudiante asimile que está en un momento de aprendizaje y que lo que ahí está experimentando ya es una instrucción consciente.

## **5. CONCLUSIÓN**

La interferencia/transferencia de la lengua inglesa en el español para turismo está presente de manera significativa en la actividad profesional de este sector, y, por ende, en el corpus utilizado. Esta se hace patente en forma de préstamos y de calcos léxicos. De hecho, la recurrencia del anglicismo ha constituido el punto de arranque a la hora de diseñar las conversaciones prototípicas y las actividades docentes de enseñanza del español para nuestra plataforma. En nuestro prototipo, hemos trabajado con 21 préstamos [*autocheck-in, business, call-center, check-in, duty-free, FIM (Flight Interruption Manifest), finger, free, frequent flyer, handling, misconex, overbooking, PIR (Property Irregularity Report), pool, priority, senior (tarifa), trolley, UM (Unaccompanied Minor), upgrade, vip (pasajeros; sala), voucher*] y 7 calcos [clase ejecutiva, compensación económica, doméstico (vuelo), económica (clase, tarifa), deletear, ofelear, rerrutar/rerrutear].

La etapa de evaluación ha potenciado el repaso de los aspectos semánticos y de la organización frástica del español y motivado que los estudiantes se interesaran en la resolución de problemas al considerar que formaban parte de un grupo que había participado en una actividad *exclusiva*.

La plataforma, ante los resultados obtenidos, constituye una herramienta de gran utilidad para los estudiantes extranjeros que desean aprender el lenguaje aeroportuario, teniendo en cuenta que estos no disponen de clases específicas de E/LE cuando se matriculan en el grado de Turismo y que lo que se les propone con este prototipo tiene una aplicación directa para sus estudios (la base del aprendizaje se fundamenta en la utilidad práctica que vea el alumno en aquello que está

aprendiendo). De ahí que se pretenda seguir elaborando actividades que apunten a estos objetivos, así como otras destinadas tanto al alumnado en general como a los estudiantes asiáticos, que por su nivel y procedencia configuran el grupo con menor tasa de éxito.

### REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- BRUMFIT, C. AND KEITH J. (1971): *The Communicative Approach to Language Teaching*, Oxford, OUP.
- CALVI, M.V. (1998): «Notas sobre la adopción de anglicismos en español e italiano», en *Lingüística Española Actual*, XX, 1, 29-39.
- —. (2006): *Lengua y comunicación en el español del turismo*, Madrid, Arco.
- CHESTERMAN, A. (1998): *Contrastive Functional Analysis*, Ámsterdam & Filadelfia, John Benjamins.
- DOMÍNGUEZ ROMERO, E. Y BRAGA RIERA, J. (2013): «Native Language Influence in Teaching Subject Matter Content Through English in Spanish Tertiary Education», in CHRISTIAN ABELLO CONTESSÉ, P., CHANDLER, M. LÓPEZ JIMÉNEZ, M.D. AND CHACÓN BELTRÁN, R. (eds.), *Bilingual and Multilingual Education in the 21<sup>st</sup> Century*, Bristol: Multilingual Matters, 136-154.
- DURÁN MUÑOZ, I. (2012): «Caracterización de la traducción turística: problemas, dificultades y posibles soluciones», en *Revista de Lingüística y Lenguas Aplicadas*, 7, 103-113.
- FUENTES LUQUE, A. (2005): *La traducción en el sector turístico*, Granada, Atrio.
- GARRIDO IÑIGO, P. Y RODRÍGUEZ MORENO, F. (2013): «The reality of virtual worlds: pros and cons of their application to foreign language teaching», en *Interactive Learning Environments*, Taylor & Francis, 1-18.
- <http://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/10494820.2013.788034#.Ugla0W0t18E>
- GARRIDO IÑIGO, P. (2012): «Viabilidad de las plataformas virtuales en la enseñanza de una lengua extranjera», en *Revista de Investigación en Educación*, 10 (2), Universidad de Vigo, 129-140.
- GÓMEZ CAPUZ, J. (2009): «El tratamiento del préstamo lingüístico y el calco en los libros de texto del bachillerato y en las obras divulgativas», en *Tonos: Revista Electrónica de Estudios Filológicos*, 17, <http://www.um.es/tonosdigital/znum17/secciones/tritonos-1-librosdetexto.htm>.
- GÖRLACH, M. (ed.) (2005): *A Dictionary of European Anglicisms*, Oxford, Oxford University Press.
- HAUGEN, E. (1953/1969): *The Norwegian language in America. A study in bilingual behavior*, 2.<sup>a</sup> ed., Bloomington, Indiana University Press.
- KELLERMAN, E. (1995): «Crosslinguistic influence: transfer to nowhere», en *Annual Review of Applied Linguistics*, 15, 125-150.
- LEE, N. (1990): «Notions of 'error' and appropriate corrective treatment», in *Hongkong papers in linguistics and language teaching*, 13, 55-69.
- LORENZO, E. (1996): *Anglicismos hispánicos*, Madrid, Gredos.
- NEWMARK, P. (1988): *A Textbook of Translation*, Londres, Prentice Hall.
- ODLIN, T. (1993): *Language Transfer: Cross-linguistic influence in language learning*, Cambridge, Cambridge University Press.
- PRADO, M. (2003): *Diccionario de falsos amigos inglés-español*, Madrid, Gredos.
- RODRÍGUEZ GONZÁLEZ, F. Y LILLO BUADES, A. (1997): *Nuevo diccionario de anglicismos*, Madrid, Gredos.

## **Turismo y representación espacial**

PIÑEIRO MACEIRAS, M.L., CHAPUIS, L. Y RE, M. (EDS.)

SHUTTLEWORTH, M. AND MOIRA C. (2007): *Dictionary of Translation Studies*, Manchester, St Jerome.

VINAY, J-P. AND DARBELNET, J. (1995): *Comparative Stylistics of French and English: A Methodology for Translation*, Amsterdam & Filadelfia, John Benjamins.

WILLIAMS, M. AND BURDEN, R.L. (1997): *Psychology for Language Teachers: A Social Constructivist Approach*. Cambridge, Cambridge University Press.

## **REFERENCIAS COMPLEMENTARIAS**

CALVI, M.V. Y MAPELLI, G. (eds.) (2011): *La lengua del turismo: géneros discursivos y metodología*, Berna, Peter Lang.

GIMENO MENÉNDEZ, F. Y GIMENO MENÉNDEZ, M.V. (2003): *El desplazamiento lingüístico del español por el inglés*, Madrid, Cátedra.

GÓMEZ CAPUZ, J. (1997): «Towards a Typological Classification of Linguistic Borrowing (Illustrated with Anglicisms in Romance Languages)», en *Revista Alicantina de Estudios Ingleses*, 10, 81-94.

— —. (2000): *Anglicismos léxicos en el español coloquial*, Cádiz, Universidad.

LÓPEZ GUIX, J.G. Y MINETT WILKINSON, J. (1999): *Manual de traducción inglés castellano*, Barcelona, Gedisa.

PRATT, CH. (1980): *El anglicismo en el español peninsular contemporáneo*, Madrid, Gredos.

RODRÍGUEZ GONZÁLEZ, F. (1999): «Anglicisms in Contemporary Spanish. An Overview», in *Atlantis XXI*, 1.2, 103-139.4

## LAS GUÍAS Y OTROS ESPACIOS DE LA INFORMACIÓN TURÍSTICA

*María Luisa PIÑEIRO MACEIRAS*

Universidad Rey Juan Carlos de Madrid

[luisa.pineiro@urjc.es](mailto:luisa.pineiro@urjc.es)

### **Resumen**

En este estudio pretendemos profundizar en los aspectos que definen las guías turísticas, poner de manifiesto cómo se ha llevado a cabo su evolución, así como su actual configuración en entornos digitales. Para ello hemos realizado un recorrido por distintos espacios de la información turística y hemos analizado textos pertenecientes a un corpus de guías, libros de viajes y portales españoles de servicios turísticos en lengua francesa. Este tipo de textos, portadores de características heredadas de otros géneros, presentan una configuración discursiva particular y constituyen actualmente uno de los ejemplos más ilustrativos del discurso turístico.

**Palabras clave:** discurso turístico, guía turística, información turística

### **Abstract**

A tour around different domains of the tourist information. An analysis of the discursive configuration of texts that belong to a corpus of travel guides and travel books about Spain published in France at the end of the XXth century. The texts featured on the tourist guides, which contain characteristics of other genres, present a particular discursive configuration and currently constitute one of the most illustrative examples of the tourist discourse. This study will allow us to dig deep into essential aspects of this discourse, define the most important points in its configuration, as well as reveal the way in which the evolution of a complex type of discourse like the one existing in tourist guides has taken place.

**Key words:** tourist discourse, tourist guide, tourist information

## 1. INTRODUCCIÓN

La necesidad de información surge al mismo tiempo que se inicia el desarrollo del turismo a gran escala. Cuando aparece el turismo de masas y empiezan a configurarse las diversas actividades que se desarrollan en torno a este nuevo concepto nace también una obligada necesidad de informar, que adoptará distintas formas muy directamente relacionadas con esta actividad económica. Esta generalización de los viajes llevó consigo también una atención diferente a los visitantes y pasó de ser un simple acompañamiento de cortesía a un ámbito de profesionalización<sup>45</sup>. Así, las primeras actividades turísticas que se regularizaron fueron las relativas a la información turística en todas sus variantes, llevando consigo la aparición de discursos específicos para estas nuevas profesiones.

La información turística engloba tanto el discurso oral desarrollado por los guías de turismo como el discurso en soporte escrito de las guías turísticas. Sin embargo, hasta llegar a su configuración actual, estas manifestaciones discursivas han recibido muchas influencias que han servido para marcar sus características y definir la dimensión particular que poseen actualmente y a las que voy a referirme más detalladamente a continuación.

## 2. INFORMACIÓN TURÍSTICA Y SOPORTES

Desde la Antigüedad se han llevado a cabo movimientos y periplos con finalidades diversas. Del mismo modo que sus características y condiciones han servido de base para el desarrollo del concepto de viaje, los relatos correspondientes a estos primeros desplazamientos<sup>46</sup> han servido para marcar una referencia en la estructuración de la información turística. Así, de los distintos centros de atracción e interés que suscitaron estos desplazamientos existen relatos<sup>47</sup> con finalidad diversa, en los que los autores presentan todo tipo de indicaciones, informaciones y reflexiones generales. Inicialmente, se trata de relatos de tipo literario y cuya configuración discursiva es muy dispar cómo ocurre, por ejemplo, con el *Viaje de Turquía* (1557) que tiene forma de diálogo. Pero, a partir de la generalización de los viajes y de las primeras oleadas que surgen en la historia, los relatos y libros de viajes se empiezan a multiplicar. Estos escritos son el germen de las primeras producciones de la información turística.

Los relatos y libros de viajes, siempre considerados como un género literario particular, presentan en realidad muchas peculiaridades, razón por la cual actualmente son vistos, por muchos estudiosos, como un género fronterizo (Champeau, 2004) y también cercano por muchas razones a las guías turísticas (Pestano y Viñas, 2004). Esto va unido también con el hecho de que el relato ha estado presente en todas las

---

<sup>45</sup> Recordemos que el primer intento de regular la información turística en España fue el llevado a cabo por la Comisión Nacional de Turismo organismo creado en 1905, dependiente del Ministerio de Fomento y que señalaba como preocupaciones esenciales:

*Formación y divulgación en el extranjero de itinerarios de viajes para visitar lo más fácil y provechosamente posible los principales monumentos nacionales, paisajes, etc...*

*Publicar y difundir en el extranjero, en los idiomas convenientes, datos históricos, descripciones de nuestros monumentos, y cuanto se considere útil para la mejor apreciación de las bellezas artísticas y naturales, para el conocimiento de nuestra historia y para despertar la curiosidad de los extranjeros.* (Real Decreto 1905, de 6 de octubre, de la Comisión Nacional de Turismo. Ministerio de Fomento).

<sup>46</sup> Recordemos los periplos de los héroes míticos de la Antigüedad como Pausanias o Ulises.

<sup>47</sup> Señalamos, por ejemplo, la peregrinación de M. de Montaigne (1595) que cómo muchos de los viajes de instrucción de la época no fue escrito para ser publicado.

sociedades (Barthes, 1957) bajo una inmensidad de formas y aparece con la historia de la Humanidad. Por eso, no es de extrañar que la primera forma de manifestación que corresponde a estas actividades, y que articula bajo diversas formas lingüísticas, estilísticas y literarias, las pasiones, las emociones, y las sensaciones del viajero, sea el relato de viajes. Recordemos, en este sentido, los viajes que produjo el movimiento romántico<sup>48</sup> que impulsó y favoreció el espíritu de los desplazamientos, concibiendo el viaje como un reencuentro con la historia, con la naturaleza y con la arquitectura. Así es como surgieron en esta época múltiples relatos y grandes libros de viajes importantes para el estudio del género.

También hay que señalar otra circunstancia que intervino de manera determinante para otorgar una dimensión más evolucionada y actual a los desplazamientos y viajes, y que tradicionalmente se considera en el origen del turismo moderno: la aparición del *grand tour*. La sociedad inglesa, a partir del siglo XVII, fomentó la realización de viajes con finalidad formativa para que los jóvenes conociesen otros ámbitos culturales, profundizasen en el conocimiento de otras sociedades, de otros hábitos y de otras costumbres.

De los múltiples propósitos con respecto a la meta de los viajes en sí mismos, a la cultura o al ocio, van surgiendo, en diferentes momentos de la historia, escritos y textos. Los desplazamientos y periplos evolucionaron y se convirtieron en viajes en la misma medida en que los libros y los relatos correspondientes a esos primeros viajes se estructuraron y se convirtieron en guías turísticas. Es decir, que a la tradición de corte literario se unieron las necesidades marcadas por el desarrollo de una nueva actividad económica que son las que han definido la configuración de las guías turísticas hasta la actualidad. Las guías turísticas se convierten entonces en un elemento útil para facilitar los desplazamientos, al mismo tiempo que se consideran como el primer tipo de discurso turístico escrito por excelencia.

Las primeras guías aparecen en Inglaterra entre 1836 y 1901 y son publicadas por la editorial J. Murray<sup>49</sup>. Hacia 1870, Baedeker, el librero y escritor alemán, irrumpe en el mismo sector, y terminará suplantando a J. Murray en esa actividad editorial. Pero Baedeker revolucionó este mercado al desarrollar el formato de bolsillo de las guías turísticas<sup>50</sup>, puesto que hasta entonces las guías destinadas a los viajeros tenían un formato y una estructura cercanos a las enciclopedias, poseían ilustraciones y su manejo, en consecuencia, planteaba muchas dificultades. Sin embargo, tanto uno como otro editor, son considerados, en la misma medida, los inventores de las guías modernas de viajes o guías turísticas.

---

<sup>48</sup> Véase, por ejemplo Lamartine, A. de (1835): *Voyage en Orient. Souvenirs, impressions, pensées et paysages ou Notes d'un voyageur* (1832-1833) Paris, Gallimard, 2011 y Flaubert, G. (1910): *Œuvres complètes de Gustave Flaubert, Notes de voyage*, t.I et II, Paris, Louis Conard. Flaubert, G. (2006): *Voyage en Orient* (1849-1851) Paris, Gallimard.

<sup>49</sup> Denominadas *Handbooks for travellers* adoptaron la denominación «Red Books» y se convirtieron en un elemento indispensable para los primeros viajeros.

<sup>50</sup> No olvidemos que las guías Baedeker poseían algunas características que sirvieron para determinar su identidad: pesaban menos de 500 gramos; las ilustraciones habían sido sustituidas por mapas, planos de ciudades y lugares de visita. Baedeker reagrupó todas las guías en una verdadera colección con una marcada identidad, -todas ellas poseían una encuadernación roja-, que más tarde le sirvió de identificador. También se preocupó de poner al día las informaciones de manera regular, así como de traducirlas a varias lenguas. El éxito de estas guías fue inmediato, convirtiéndolas en sinónimo de precisión y claridad.

Dentro de las múltiples colecciones de guías de Francia hay que señalar que las primeras que aparecen son las *Guides Joanne*<sup>51</sup>, que en 1919 pasarán a denominarse *Guides Bleus* y que constituyen una referencia inexcusable para el estudio de la información turística. Pero es en 1900, con ocasión de la Exposición Universal cuando aparecen, también en Francia, las *Guides Michelin* auspiciadas por la sociedad francesa de neumáticos Michelin. Estas guías fueron creadas por André y Édouard Michelin y eran, inicialmente, un anuario, una guía gastronómica, hotelera y turística. En un principio, se trataba también de una guía de carácter publicitario que se regalaba con la compra de neumáticos. Recogían informaciones variadas como listas de talleres, de mecánicos, de médicos, de curiosidades y algunos planos de ciudades. Y por esta razón, hasta 1908 incluyeron también todo tipo de publicidad de carácter práctico y útil para el viajero. A partir de 1926, estas guías pasaron a denominarse *Guides Verts* - aludiendo al color de su encuadernación- y adoptaron un enfoque ligeramente diferente, centrándose más en el descubrimiento y descripción tanto del patrimonio natural como cultural de las regiones, al tiempo que adoptaban características mucho más cercanas al actual concepto de turismo.

También hay que reseñar las *Guides du Routard*, una de las colecciones de guías turísticas francesas que aparecen a finales de los años 70 y que actualmente publica la editorial Hachette. Estas guías, destinadas a un público con escaso presupuesto, y a viajeros que poseen un modo particular de concebir el viaje, se inscriben en la misma línea que los *back packers' guide* americanos y que la colección de guías de inspiración anglosajona *Let's go*. El espíritu que poseen se refleja también, de modo visual, a través del personaje que aparece en la cubierta de todas las ediciones, cuya mochila es el mundo, y que se ha convertido en el símbolo de la colección.

En este acercamiento a la configuración del género de las guías y de la información turística presentamos la evolución que han experimentado y los distintos espacios por los que ha pasado hasta la actualidad. Este recorrido nos servirá para definir y poner de manifiesto sus características.

### 2.1 Características del corpus analizado

El corpus se compone, en primer lugar, de guías turísticas y libros de viajes muy específicos que han sido elegidos entre las ediciones de las guías turísticas sobre España difundidas en Francia a finales del siglo XX y dirigidas a distintos tipos de público. Hemos seleccionado también tres portales de viajes y servicios de información, puesto que una descripción del discurso turístico centrado en los viajes quedaría incompleta sin tener en cuenta los espacios virtuales.

Mediante la selección y el análisis llevado a cabo hemos intentado profundizar y describir las características esenciales que han marcado su evolución. Son tres las guías elegidas: *L'Espagne, le monde en couleurs*<sup>52</sup>, *Guide de Tourisme Michelin Espagne*<sup>53</sup> y la *Guide du Routard Espagne*<sup>54</sup>. Tres son también los libros de viajes escogidos: *Le Nouvel itinéraire espagnol*<sup>55</sup> de Albert t'Sertevens (1951), *Au Coeur de l'Espagne*<sup>56</sup> de Manuel

---

<sup>51</sup> Hacia 1860 como continuadoras de las guías de viaje publicadas por Hachette y que ya habían aparecido en 1853.

<sup>52</sup> Ogrizek, D. (1951) : *L'Espagne, Le monde en couleurs*. Paris, Éditions Odé.

<sup>53</sup> *Guide de Tourisme Michelin Espagne*, Paris, Michelin, 1988.

<sup>54</sup> *Guide du Routard Espagne*, Paris, Hachette, 1990/91.

<sup>55</sup> t'Sertevens, A. (1951): *Le Nouvel Itinéraire Espagnol*. Paris, Éditions Segep.

Siurot y adaptado al francés por Philine Burnet (1932), y *Espagnes*<sup>57</sup> de Louis Emié (1955). La selección se completa con tres portales de viajes y servicios de información turística, significativos del turismo español: [www.spain.info](http://www.spain.info), [www.illesbalears.es](http://www.illesbalears.es) y [www.routard.com](http://www.routard.com).

Las colecciones y las ediciones de las guías utilizadas poseen algunas características comunes en cuanto a su configuración. Tanto la *Guide du Routard* como la *Michelin* que hemos manejado poseen muy pocos elementos iconográficos y escasas ilustraciones. Respecto a la guía *L'Espagne. Le Monde en couleurs*, podemos considerar que es la precursora de las guías prácticas actuales, debido tanto a aspectos concretos de su configuración textual como a la inclusión de elementos ilustrativos.

En cuanto a las guías actuales, hemos elegido una de las primera ediciones de la *Guide du Routard Espagne* debido a sus características generales y a su originalidad de tono. También es una de las pocas guías que hace evaluaciones negativas y por lo tanto su discurso y su configuración textuales son muy específicos. En esta edición observamos también la ausencia de ilustraciones y dibujos.

La edición de la *Guide de Tourisme Michelin Espagne* que hemos manejado tiene algunas ilustraciones de mapas, planos de algunas de las ciudades que describe, así como dibujos esquemáticos de algún edificio o construcción típica de interés turístico. Desde el punto de vista del contenido se caracteriza por ser una guía de centrada en aspectos culturales, y son los datos históricos y artísticos los que se distribuyen a lo largo de todo el espacio discursivo<sup>58</sup>. Se trata de una guía de 250 páginas aproximadamente y es uno de los elementos más emblemáticos del desarrollo del turismo de España.

*L'Espagne. Le monde en couleurs* es una guía que apareció en 1951 y, aunque se presenta como realizada por un solo autor, en realidad los textos de los capítulos que incluye están firmados por distintos autores. Es una obra de autoría múltiple. Su configuración se acerca más al modo de realización de las guías actuales, en las que los textos son escritos por equipos de redacción, son compuestos y revisados por varias personas que manejan los múltiples datos que forman parte de la guía. Pero mientras que la autoría de un equipo de redacción queda diluida en el grupo, en la guía a la que nos referimos los autores quedan identificados por su nombre. Esta guía consta de aproximadamente 400 páginas que incluye ilustraciones en color, dibujos y mapas. Esta característica la acerca a la configuración moderna de las guías turísticas, aunque los textos que construyen su estructura discursiva recuerdan la configuración de los libros de viajes. La guía está estructurada en capítulos que incluyen todas las regiones e islas españolas, así como también determinadas características y costumbres. Por esta razón, puede ser considerada como un ejemplo especial de una primera guía, puesto que posee la estructura de una guía moderna, pero la configuración de los textos corresponde a la de un libro de viajes.

*Le Nouvel itinéraire espagnol* de A. t'Serstevens es un libro de viajes que introduce una nueva forma presentar el contenido puesto que, tanto en sus descripciones como en su estructuración discursiva, lleva a cabo evaluaciones negativas tal y como ocurre con

---

<sup>56</sup> Burnet, Ph. et Siurot, M. (1932) : *Au coeur de l'Espagne*, Grenoble, Éditions Arthaud. (Burgos, Avila, Ségovie, Tolède, Madrid, Salamanque)

<sup>57</sup> Emié, L. (1955) : *Espagnes*, Bruxelles, Éditions des Artistes.

<sup>58</sup> Ce guide décrit les beaux monuments, les oeuvres d'art, les sites pittoresques. *Guide de Tourisme Michelin Espagne* (p.2).

## Turismo y representación espacial

PIÑEIRO MACEIRAS, M.L., CHAPUIS, L. Y RE, M. (EDS.)

las guías más modernas, cuyo caso más claro es la *Guide du Routard*. Su autor, a lo largo de su vida llevó a cabo múltiples periplos por diferentes países del mundo, entre ellos España, país del que era un apasionado. Recorrió España en varias ocasiones antes de la Guerra Civil y durante ella también fue corresponsal de guerra para un periódico parisino. El resultado de estos viajes son las sucesivas ediciones<sup>59</sup> de *L'itinéraire espagnol* que ponen de manifiesto su interés por España. En todos ellos dota a sus relatos de la mirada de un poeta y de un humanista, y junto con aventuras, descripciones de paisajes y estudios etnológicos, mantiene puntos de vista de gran interés (Piñeiro Maceiras, 2009), por lo demás muy actuales sobre el concepto de viaje. El libro, que consta de 400 páginas, se organiza en 42 capítulos dedicados a cada una de las etapas que realizó durante su viaje. Contiene, además, 32 ilustraciones que son fotos en blanco y negro que recogen monumentos y detalles de las ciudades visitadas. Añade a la descripción cinco capítulos -tres al principio del libro y dos al final- relativos a consideraciones generales, en estrecha relación con su visión de España, con su concepto personal del viaje y con el modo de viajar que tenía y que llevó a cabo por la Península Ibérica.

*Au Coeur de l'Espagne* de Manuel Siurot es una adaptación al francés -no una traducción- llevada a cabo por Philine Burnet de un libro sobre las regiones centrales de España, es decir sobre las dos Castillas (Castilla la Vieja y Castilla la Nueva). Se publicó en 1932 y tiene 180 páginas agrupadas en dos partes: Castilla la Vieja, en la que incluye descripciones de ciudades como Burgos, Ávila, Segovia y Valladolid y Castilla la Nueva con Toledo, Madrid, Ciudad Real, Cuenca y Guadalajara. La obra se completa también con 194 fotografías en blanco y negro.

*Espagnes* de Louis Emié es un libro publicado en 1954 pero que había sido escrito veinte años antes. Consta de 245 páginas y 16 ilustraciones de fotos en blanco y negro. Se compone de 11 capítulos dedicados a distintas regiones de España y, sobre todo, a las provincias de Andalucía. La segunda parte se presenta como un diario de viaje en el que especifica día a día la descripción y la narración del mismo. Añade un capítulo de *comentarios* relacionados con aspectos de la vida española y sus características, así como un pequeño glosario de términos españoles para dar a conocer determinados aspectos de la cotidianidad de nuestro país. En él figura, en primer lugar, el equivalente del término seguido de su explicación.

Vemos cómo estos aspectos particulares acercan este tipo de publicación a la inicial configuración de las guías prácticas de turismo desarrollada, por ejemplo, por las *Guides Michelin*, que incluían todo tipo de informaciones.

Tenemos que señalar también que, curiosamente, todos los libros de viajes que hemos estudiado tienen ilustraciones (grabados o fotos en blanco y negro) que acompañan los textos de cada capítulo. Aunque nuestro trabajo se centre exclusivamente en el plano discursivo y textual consideramos este aspecto como una de las marcas de un género en evolución. La inclusión de elementos iconográficos le acerca irremediamente a la condición que tienen las guías turísticas modernas en las que estos elementos ocupan el lugar más importante.

Los portales de viajes y servicios turísticos dan respuesta de manera eficaz a los nuevos intereses del turismo actual. Así el portal [www.spain.info](http://www.spain.info), portal institucional de la promoción turística de España, es un portal genérico en varios idiomas -español,

---

<sup>59</sup> T'Serstevens, A. (1933): *L'itinéraire espagnol*, Paris, Édit. Plon. T'Serstevens, A. (1951): *Le nouvel itinéraire espagnol*, Paris, Edit. Segep. T'Serstevens, A. (1963): *L'itinéraire espagnol*, Paris, Edit. Arthaud.

francés, inglés, alemán-. Incorpora elementos indispensables para las necesidades prácticas del turista y en ellos ocupan un lugar importante el diseño, la interacción con el usuario a través de la presencia en el portal de las redes sociales y también la posibilidad de comercialización de los distintos productos turísticos que se necesitan para realizar el viaje. El portal oficial de turismo de las Islas Baleares [www.illesbalears.es](http://www.illesbalears.es) proporciona información práctica sobre las islas, como son los mapas, gastronomía, deportes, compras y artesanía, y agenda de actividades. Es posible navegar en él en varios idiomas -español, francés, inglés, alemán- y, además, incluye el mallorquín. Respecto a [www.routard.com](http://www.routard.com) es una guía electrónica de gran prestigio en Francia que proporciona todo tipo de informaciones necesarias para los viajes, así como formalidades y propuestas variadas. Su creación data del año 2001 y es actualmente uno de los sitios de información turística con mayor número de visitas, pertenece a la misma dirección que las ediciones en papel y posee su mismo espíritu.

## **2.2 Heterogeneidad en la información turística**

Para analizar las guías turísticas y estudiar las distintas vertientes de la información desde una perspectiva lingüística, tal y como se ha ido configurando a través de los libros y relatos de viajes, es necesario tener en cuenta diversos condicionantes.

En primer lugar, el hecho de que el turismo sea una actividad en la que intervienen múltiples aportaciones de distintas disciplinas, como la geografía, la historia, el arte, la gastronomía, la economía, etc., ha determinado que la caracterización de la comunicación turística esté basada en la heterogeneidad. Se trata de un tipo de comunicación de características desiguales, como resulta de su propia dimensión<sup>60</sup>, puesto que de un modo u otro necesita transmitir esos elementos que provienen de los diversos campos de los que se nutre. Por esta razón, los acercamientos y estudios del discurso turístico han partido de esta heterogeneidad que podríamos llamar constitutiva y que ha sido la que siempre ha dificultado el estudio, la clasificación y el análisis en todas sus dimensiones (Calvi, 2006). Sin embargo, a pesar de estas dificultades, la realidad compleja de este discurso que nace de una actividad económica muy plural, ha suscitado también múltiples trabajos y reflexiones de marcado carácter interdisciplinar (Sanmartín Sáez, 2012) y que han aportado también nuevas visiones. Esta heterogeneidad tiene una primera repercusión muy directa en la configuración de las guías turísticas puesto que en sus textos se integran diversos saberes, múltiples contenidos, datos e informaciones. Hay que añadir también que, en función de la edición, la época a la que pertenezcan o el público al que vayan dirigidas las guías, su discurso presentará en mayor o menor medida una gran mezcla de otros géneros discursivos. Esta circunstancia, por una parte, ha facilitado el desarrollo de estudios que plantean enfoques muy diversos y enriquecedores (Baider, F. et al, 2004), aunque, por otra parte, pone de manifiesto otra vertiente más de la heterogeneidad que encierra y, por lo tanto, de la dificultad de su estudio.

En segundo lugar, hay que tener en cuenta los condicionantes de tipo lingüístico, específicamente discursivos y textuales y en los que también están presentes la multiplicidad y la heterogeneidad.

---

<sup>60</sup> Señalemos en este sentido que esta misma característica es la que tradicionalmente ha servido de base para definir el producto turístico como: "un assemblage très complexe d'éléments hétérogènes. On convient que ce produit se décompose en: patrimoine de ressources naturelles, culturelles, artistiques, historiques ou technologiques (...); des équipements qui (...) ne sont pas des facteurs qui influencent le motif de voyage»[...] (Lanquar et Hollier, 1981: 12)

Por una parte, la clasificación de los géneros del discurso y de sus distintos tipos no resulta fácil debido a la cantidad de propuestas existentes que se atienen a diferentes criterios y parámetros diversos y que hacen surgir, en consecuencia, un gran número de tipologías (Petitjean, 1989) (Charaudeau, 1994) (Maingueneau, 2004), siendo las consideraciones para su ordenación de muy diversa índole. Por eso, para el estudio de las guías y de los espacios de la información turística, siguiendo la clasificación de tipología lingüística que plantea López Alonso (2014:216), he optado por considerar el enfoque discursivo que categoriza los textos desde la propuesta textual de J.M. Adam (1992).

Por otra parte, no hay que olvidar tampoco que, tal y como plantean muchos investigadores, aún con orientaciones teóricas diferentes (Adam, 1992), (Roulet, 1999) (Bronckart, 1996), los textos son heterogéneos y no existen tipologías textuales que sean atribuibles a los géneros discursivos sino que éstos se organizan en torno a distintos tipos de secuencias prototípicas<sup>61</sup> que están presentes en cualquier producción, independientemente de su adscripción discursiva. No se puede afirmar de manera categórica que unos géneros se caractericen por actualizarse en un tipo de texto concreto, sino que siempre está presente la heterogeneidad textual y las guías turísticas son un buen ejemplo de ello.

Estas producciones presentan una multiplicidad textual combinada con la heterogeneidad discursiva relativa a las distintas disciplinas que intervienen en su configuración. Su carácter pluridimensional le permite integrar y transmitir fácilmente la diversidad de saberes y contenidos que necesita transmitir.

### **3. GUIAS Y PORTALES DE INFORMACIÓN TURÍSTICA DE ESPAÑA**

La heterogeneidad en la configuración de los textos no siempre se ha presentado discursivamente del mismo modo. Es más, puede observarse una evolución en las guías, por eso, siguiendo los niveles de jerarquización que plantean los estudios más actuales (López Alonso, 2014), en cuanto a las nociones de discurso, género y texto, hemos optado por un acercamiento en el que, en primer lugar, me referiré a los aspectos formales y, en segundo lugar, analizaré la función de las secuencias textuales más representativas.

#### **3.1. Aspectos formales**

La consideración de la forma del texto que remite a los elementos externos que están presentes en toda organización textual tiene especial importancia en el caso de estas publicaciones que forman parte de la compleja red de la industria turística.

El carácter comercial y promocional que poseen las guías y la función que desempeñan en el sector turístico para promover actividades y sobre todo para suscitar el viaje, justifica que se le preste una atención especial a la organización paratextual (Genette, 1987). Su relación con instituciones, organismos y empresas con las que se encuentran imbricadas exige además una continua actualización y renovación. Ambas circunstancias hacen que el estudio de los aspectos formales adquiera una dimensión especial en este tipo de textos.

---

<sup>61</sup> Recordemos los diversos prototipos secuenciales que establece J.M. Adam (1989) y que se encuentran en la base de toda composición textual: narración, descripción, argumentación, explicación y diálogo.

### 3.1.1 Lo práctico y fragmentado

En primer lugar, en las guías turísticas actuales se nos muestra generalmente una escritura fragmentada. El hecho de integrar diferentes datos que pertenecen a las múltiples ramas necesarias para la información turística y que, como hemos señalado, son, en definitiva, de las que se nutre el turismo, permite de manera fácil la segmentación de contenidos.

Como se trata de un género que habitualmente proporciona distintos tipos de informaciones prácticas sobre direcciones, distancias, tiempos o recorridos, la fragmentación se observa habitualmente en su disposición y presentación textual. Este aspecto es mucho más relevante en las ediciones más actuales de las guías, en las que el carácter práctico está mucho más marcado, tal y como podemos observar por ejemplo, en este fragmento de la *Guide du Routard Espagne* en el capítulo dedicado a las Islas Baleares:

<b>LES BALÉARES</b>
---------------------

**Comment aller aux Baléares?**

**Par bateau**

De Barcelone, les liaisons sont assurées par la compagnie Transmediterranea. Obligation de réserver en été, si vous passez en voiture.

-À Paris: Meliá, 14 rue Gaillon 75002 Paris (...)

-À Nice: 6, boulevard Victor Hugo 06000 Nice (...)

(...)

-Vers Palma: de Barcelone, 1 à 2 liaisons tous les jours, 8 h de traversée.

-Vers Ibiza: de Barcelone, liaisons tous les jours sauf mardi et vendredi. De Palma, 2 liaisons par semaine (mercredi et dimanche).

-Vers Mahon: de Barcelone, liaisons tous les jours sauf lundi et mercredi. De Palma, une liaison le dimanche. (...) (p. 270)

*Guide du Routard Espagne, (1990/91) Paris, Hachette.*

En el ejemplo vemos la posición en la que se sitúa este tipo de informaciones y son estos datos los que dan inicio a cada capítulo de la guía; ocupan el primer lugar y ponen de manifiesto, de manera más evidente, su carácter e interés práctico. De hecho, en la historia de las ediciones de las guías turísticas, una de las primeras preocupaciones ha sido la denominación de *guía práctica* que marca un primer paso en la identificación del género. Esta fragmentación textual y su carácter práctico se traducen en distintos tipos de rúbricas específicas habituales de las guías actualmente, y que se manifiestan mediante la inclusión de apartados diversos como: *Adresses utiles, Transports inter-îles, Transports intérieurs, Où manger?, Où boire un verre?, Où dormir?* en las que se integra la información.

Esto se puede observar también muy especialmente en muchos tipos de portales de la información turística. Hemos elegido el del Consell de Illes Balears (Fig. 1) por varias razones, en primer lugar, porque posee la misma configuración que las *guías prácticas* y, en segundo lugar, por su carácter esencialmente práctico en la disposición de la información.

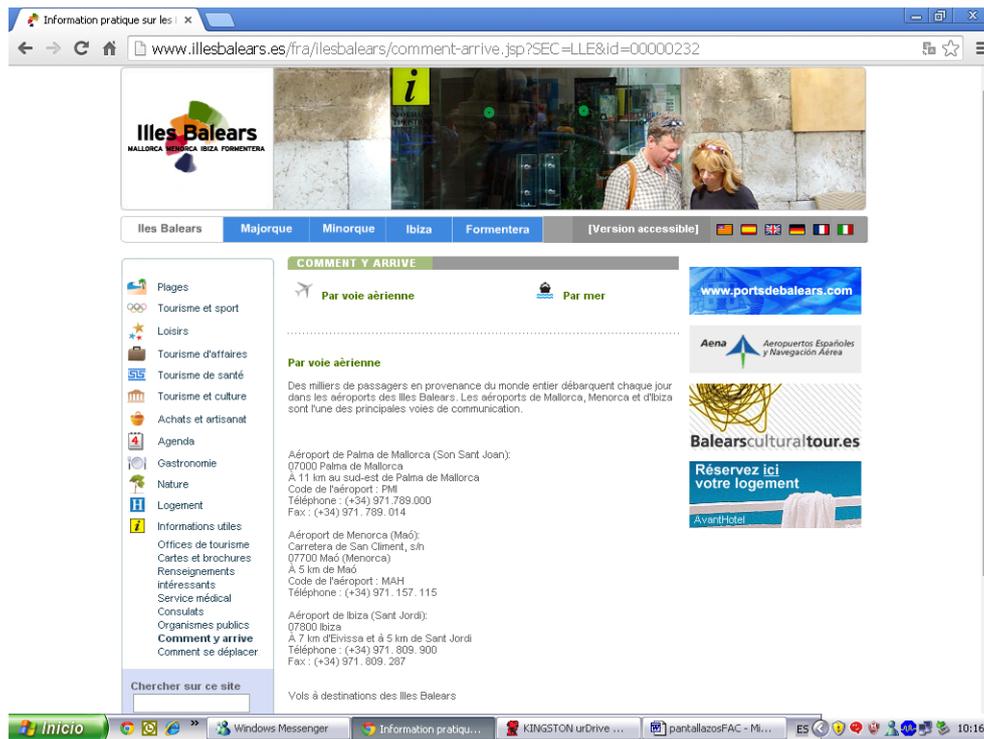


Fig. 1. Illes Balears. Práctico.

Fuente: <http://www.illesbalears.es/fra/illesbalears/comment-arrive.jsp?SEC=LLE&id=00000232>

### 3.2 Secuencias textuales

A continuación me referiré a las secuencias textuales, en el sentido ya anunciado de Adam (1992) y al tipo de configuración que más habitualmente presentan las guías y los portales de información turística.

#### 3.2.1 Lo descriptivo

La descripción es un elemento básico de este discurso puesto que una de las finalidades de estas publicaciones se basa en hacer ver, mostrar, enseñar y proporcionar información sobre los destinos turísticos de forma exhaustiva, aunque siempre prima el sincretismo. Todo esto toma fácilmente forma en las secuencias descriptivas que pueden ser de distintas categorías (Adam et Petitjean, 1989) tal y como veremos en los ejemplos que presentamos. Pero lo que resulta esencialmente importante en el análisis de este género es ver cómo se presentan determinados aspectos de la descripción, en relación con la evolución de esta categoría discursiva. Para ello, hemos elegido dos ejemplos de dos guías distintas que se refieren a los mismos lugares de la Isla de Mallorca. El primero es un fragmento de la *Guide de Tourisme Michelin Espagne* en la que observamos un tipo de descripción que podríamos llamar de corte literario puesto que es similar al que se encuentra en las producciones novelísticas y que se acerca a lo que J.M. Adam et A. Petitjean (1989) han denominado *description expressive* que viene determinada esencialmente por el punto de vista del autor.

DEIÀ La route contourne le village aux maisons rouges qui se perche sur un coteau couvert d'oliviers et d'amandiers. De hautes collines parées de conifères et de chênes verts donnent à ce site un aspect montagnard. La mer apparaît au détour des ruelles; la descente à pied du village jusqu'à la crique de Deià est une agréable promenade. (p. 256)

CALA DE SANT VICENT Bordée à l'Est par de redoutables falaises, au Sud par une pinède, cette vaste crique est fractionnée en plages de sable fin. (p.280)

PUERTO DE ALCUDIA Relié régulièrement par bateau à Minorque et Barcelone, le port d'Alcudia commande une vaste baie. Vers le Sud et jusqu'à Ca'n Picafort s'étire une étroite plage bordée de pins, la plus longue de toute l'île. Dans l'arrière-pays marécageux, les rizières gagnent du terrain. (p. 280-281)

*Guide de Tourisme Michelin Espagne, (1992) Paris, Michelin.*

Sin embargo, el componente descriptivo puede presentar otro tipo de características, como podemos observar en el fragmento de la *Guide du Routard Espagne* correspondiente a la misma región. Aquí la descripción viene marcada por una dinámica dialogal que es la que define esta publicación<sup>62</sup> -representada con la inclusión en el texto de la persona gramatical *vous*- que otorga una dimensión diferente al fragmento.

DEIÀ Adorable petit village de montagne dont les maisons sont blotties autour de l'église. Assez fréquenté en été, comme quoi les touristes n'ont pas toujours mauvais goût. La crique de Deià que vous atteindrez par une route sinueuse est magnifique. (p. 278)

CALA SANT VICENT Au nord-est de l'île dans un cul-de-sac. Le site comprend en fait deux criques agréables et sablonneuses. Assez construit et fréquenté en été mais encore correct. Balade à pied le long de la route goudronnée qui longe la falaise, côté est du village. Pas d'ombre. (280)

PUERTO DE ALCUDIA Station balnéaire assez importante dont les hôtels s'étalent le long d'une vaste baie. Pas un charme fou mais de jolies plages et balades pittoresques dans la presqu'île. Ne manquez pas la route côtière qui grimpe à l'Ermita de la Victoria (12 km aller-retour de Puerto Alcudia). Longe la falaise. Superbe vue avec, au loin, les montagnes de Cabo Formentor. Si vous n'êtes pas fatigué, vous pouvez poursuivre la balade jusqu'à une vieille atalaya (tour de guet). Prendre le chemin derrière l'ermita. À la troisième épingle à cheveux, un petit sentier part sur la gauche, fléché Peña Roja. (280-281)

*Guide du Routard Espagne, (1990/91) Paris, Hachette.*

Pero la descripción es también uno de los elementos más presentes en estos textos y forma parte de la herencia que las guías turísticas han recibido de los relatos y de los libros de viajes. Como ejemplo, señalamos un fragmento de *L'Espagne, Le monde en couleurs*, -una de las guías más antiguas que hemos manejado- que corresponde a la descripción de la ciudad de Astorga. En él se presenta una secuencia puramente descriptiva pero cuya superficie textual le aleja de la configuración anterior. La disposición textual de este libro es similar a la de las guías modernas, puesto que el párrafo se inicia con un título en mayúscula que indica el objeto de la descripción. Respecto al texto, observamos que la descripción está integrada dentro de elementos marcadamente narrativos que recuerdan la estructura típica de los relatos de viajes.

ASTORGA. Astorga est la capitale des Maragatos. Plin l'appelait la «Ville magnifique» et le portail de sa cathédrale est du plus beau plateresque. Mais on connaît surtout d'Astorga l'horloge de la «Casa Consistorial», où deux poupées de bois marquent les heures. Deux poupées portant le costume de la Maragatería, région de maigre lande qui descend les pentes des cols Manzanal et Foncebadon. Les femmes y portent une jupe courte sur des bas blancs si elles sont encore filles, rouges si elles sont mariées. Les hommes ont des culottes courtes et froncées au genou par une jarrettière, de longues guêtres de drap, des gilets de peau de buffle dégageant un cou vigoureux dont

---

<sup>62</sup> Recordemos que la *Guide du Routard* pertenece a una colección de guías que se caracterizan por ir dirigidas a un público particular, joven, aventurero y cercano; y eso determina las características del discurso utilizado.

## Turismo y representación espacial

PIÑEIRO MACEIRAS, M.L., CHAPUIS, L. Y RE, M. (EDS.)

ils sont très fiers. Un mouchoir tordu est noué autour de leur front. Nomades comme les bédouins, les Maragatos sont muletiers, et ce sont eux qui pendant des siècles, ont acheminé en caravane vers Madrid les sardines, les saumons et les aloses du littoral asturien et des rivières montagnardes du nord. Rusés, faisant profit de tout, s'offrant volontiers comme guides et se chargeant de commissions de toutes sortes, ils étaient selon un auteur espagnol, «de vrais renards à force humaine», et leur curieuse silhouette glisse toujours dans les récits aventureux des voyageurs du temps des calésins. (...) Son image légendaire ne se retrouvera bientôt plus que sur les emballages des chocolats et des biscuits, las mantecadas, qui sont maintenant la spécialité de la ville. (p. 207-211)

*L'Espagne, Le monde en couleurs (1951) Paris, Éditions Odé.*

También nos encontramos con secuencias descriptivas integradas dentro de elementos de marcada narrativización. Esto es lo que ocurre en este otro fragmento extraído del libro de viajes *Le Nouvel Itinéraire Espagnol* de A. t'Serstevens, también sobre Astorga :

Nous campons sous un groupe d'yeuses, pour repartir, à l'aube, en longeant une sierra dont les crêtes s'illuminent d'orangé sur un fond de ciel violet. C'est au matin que nous traversons Ponferrada qui n'est rien, et sept heures à peine quand nous atteignons Astorga. Elle vaut qu'on s'y promène et qu'on s'y attarde aux alentours de la cathédrale bâtie, comme celle de Pise, aux confins de la ville, et même au-delà des murs romains, car il en reste un bon bout, comme à Lugo. La façade d'une belle Renaissance, est faite de matériaux dissemblables, la tour du nord en granit d'un vert-mauve, celle du sud en granit rose, le portail, au milieu, sculpté dans un calcaire à peine ivoirine. Ce disparate ne nuit en rien à l'ensemble qui un grand air d'allégresse et chante de ses couleurs claires. Elle est aussi joyeuse au dedans, haute et svelte, riche sans ostentation, la grille du chœur toute dorée mais d'une élégance de lignes qui me fait admirer une fois de plus les ferronniers d'Espagne. On peut voir au-dessus du chœur une statue bizarrement accourée, celle d'un Maragato, montagnards ibères dont nous n'avons jamais pu dénicher la retraite, bien que nous soyons revenus trois fois à Astorga. Je le regrette vivement car ces noyaux de l'Espagne primitive, comme Mojacar ou les Hurdes, deviennent de plus en plus rares. On y peut encore, cependant, faire de l'ethnologie historique avec moins de fatigue et de frais qu'aux Hébrides ou aux Tuamotu. (p.361-362)

*Le Nouvel Itinéraire Espagnol (1951) Paris, Éditions Segep.*

Vemos, por tanto, que corresponde al mismo objeto referencial del ejemplo primero - la ciudad de Astorga-, pero la selección de objetos y elementos descriptivos retenidos no son exactamente los mismos. No obstante, los elementos narrativos de la secuencia están muy marcados en este segundo ejemplo.

Frente a esto, los elementos descriptivos, en los portales de información turística, están configurados de otro modo. Presentan las características del hipertexto, como ya dijimos, y se encuentran habitualmente encajados detrás de elementos que son de tipo iconográfico tal y como podemos observar en el portal [www.spain.info](http://www.spain.info) que aparece en la figura 2 en el que las fotografías son las que sirven de acceso a la descripción de los distintos destinos turísticos que ofrece el portal.

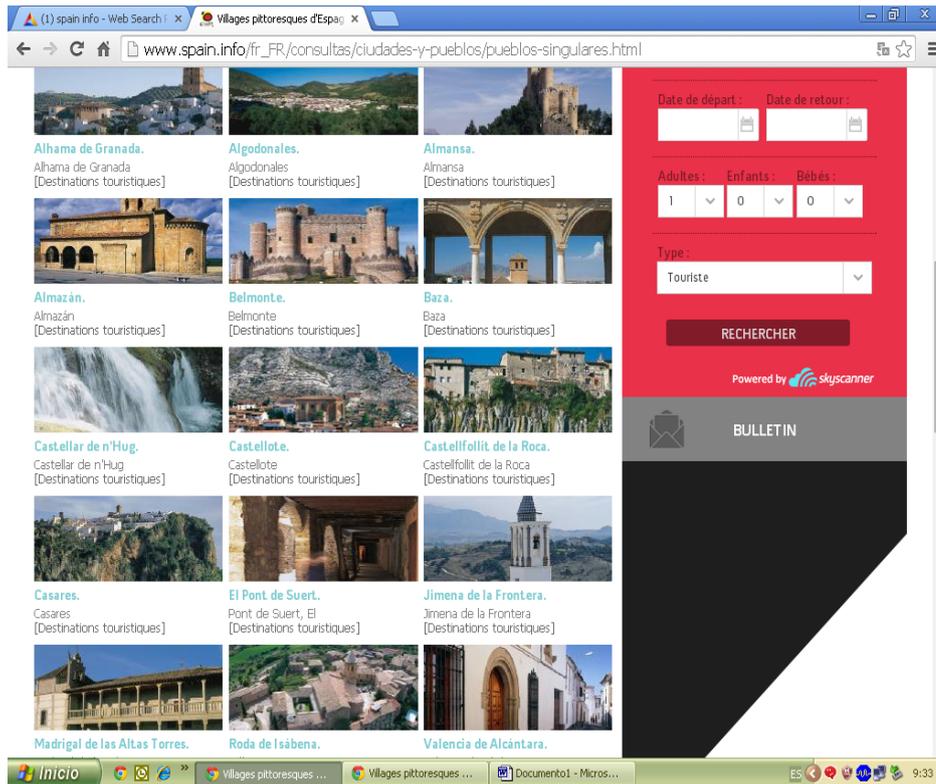


Fig. 2. Información turística.

Fuente:

[http://www.spain.info/fr\\_FR/consultas/ciudades-y-pueblos/pueblos-singulares.html](http://www.spain.info/fr_FR/consultas/ciudades-y-pueblos/pueblos-singulares.html)

De ese modo, la figura 3 presenta un tipo de secuencia descriptiva a la que se accede desde la pantalla anterior de ese mismo portal, después de haber elegido la información del sitio deseado.

### 3.2.2 Lo narrativo

Hemos observado también que las guías turísticas tienen importantes relaciones con la historia de la descripción literaria, en particular en el relato. El recurso al relato es la forma más comúnmente utilizada en los textos de viajes y se caracteriza



Fig. 3. Descripción Alcúdia.

Fuente:

[http://www.spain.info/fr\\_FR/que-quieres/ciudades-pueblos/otros-destinos/alcudia.html](http://www.spain.info/fr_FR/que-quieres/ciudades-pueblos/otros-destinos/alcudia.html)

habitualmente por la creación de un universo específico que suele ser de naturaleza narrativa. Los relatos presentan un gran número de secuencias y así nos encontramos con relación de acciones, de acontecimientos e incluso con formas narrativas mucho más complejas. Por eso es usual que, en este tipo de textos de viajes nos encontremos, muchas veces, con momentos narrativos de naturaleza episódica. Esto es lo que podemos observar en este fragmento<sup>63</sup> del *Nouvel Itinéraire Espagnol* de A. t'Serstevens del que hemos elegido del capítulo XXXVII dedicado a la ciudad de León.

À cinq heures, la bataille dure toujours sur la place et aux environs, jusqu'à la Maison du Peuple. On amène de temps à autre une petite grappe de prisonniers. Comme en toutes réunions humaines, il se forme bientôt deux clans [...]

Vers six heures, Marie-Jeanne pâlit et pousse un cri. Je la crois blessée [...]

-Qu'est-ce que tu as?

-Le chat! Il n'a pas mangé depuis ce matin! [...]

On prépare en hâte une ratatouille de colin, on la met dans un petit plat qu'on enveloppe d'une serviette, et Marie-Jeanne, tout à fait rassurée, paraît sur le seuil. À l'instant, comme par un ordre, la fusillade s'arrête des deux côtés. Pas un coup de feu pendant que *la señora*, son paquet à la main, traverse la place sans se presser, mais des cris des deux parts : *Olé, guapa ! Olé, cariño !* Et dès qu'elle est entrée dans la ruelle d'en face, ils se remettent à tirer de plus belle pour regagner le temps perdu. Même chose au retour où Marie-Jeanne répond aux saluts par des sourires. (p.367-369)

*Le Nouvel Itinéraire Espagnol* (1951) Paris, Éditions Segep.

Hemos incluido este fragmento puesto que este tipo de narración resulta muy usual en los libros de viajes. Sin embargo, observamos cómo esta característica no forma parte habitualmente de las guías turísticas modernas puesto que están condicionadas por un enfoque esencialmente práctico y utilitario. En ellas los elementos de tipo subjetivo son reducidos por completo.

### 3.2.3 Lo explicativo

Las guías recurren frecuentemente a la explicación y, en consecuencia, su relación con lo didáctico es innegable, aunque su función más básica sea la de suscitar en el lector el deseo del viaje. Las rúbricas que con frecuencia aparecen en estos textos como: *À voir, Que peut-on voir?, etc...* enmarcan y sirven para difundir determinados conocimientos, *savoirs, savoir-faire* y *savoir-être* (Moirand, S., 2004) que, al tiempo que explican, instruyen sobre los destinos turísticos y el interés que poseen. Recordemos que la difusión del conocimiento y su relación con un determinado interés pedagógico es una de las primeras características que las guías turísticas han heredado de las enciclopedias, sobre todo de las enfocadas a la enseñanza. Las primeras guías incluían muchos tipos de datos -recordemos en este sentido la configuración de las *Guides Michelin-*, y observamos cómo esta característica permanece muy presente en las guías actuales.

En las guías turísticas de tipo cultural como la *Guide de Tourisme Michelin Espagne*, por una parte, nos encontramos con textos de características enciclopédicas en los que los distintos tipos de conocimientos y saberes se presentan de manera fragmentada; pero ocupan el primer lugar y el más relevante de la sección o del capítulo. Así, observamos

---

<sup>63</sup> El autor relata los acontecimientos vividos en esa ciudad en los primeros momentos de la Guerra Civil española y narra cómo su compañera de viaje, Marie-Jeanne, se aventura a alimentar a su gato en medio de los tiroteos que tenían lugar en pleno centro de la ciudad.

en el siguiente ejemplo de las Islas Baleares cómo se inicia el apartado en torno a contenidos geográficos, históricos, económicos y de gastronomía:

#### Îles Baléares

L'archipel des Baléares qui comprend deux groupes d'îles entourés d'îlots; d'une part Majorque et Minorque, d'autre part Ibiza et Formentera appelées dans l'antiquité, les Pityuses. L'ensemble couvre environ 5000 km<sup>2</sup> et forme une des Communautés Autonomes espagnoles avec Palma de Mallorca pour capitale. Les habitants parlent le baléare, dérivé du catalan.

**Paysages.-** Ces reliefs calcaires dont le point culminant n'atteint pas 1500 m ont des origines diverses. Ibiza et Majorque sont le prolongement de la cordillère Bétique andalouse tandis que le plateau de Minorque appartient à un massif englouti d'où émergent encore la Corse, la Sardaigne et les cordillères catalanes. (...)

**Un peu d'histoire.-** Les premières traces d'occupation humaine remontent à l'âge du bronze comme témoignent les talayots. L'occupation musulmane qui dure de 902 à 1229 marque d'une empreinte décisive le sol des îles, sa toponymie –les noms en 'Ben'–, son système d'irrigation et ses types de culture associant céréales et arbustes. (...)

**Économie.-** Le tourisme est actuellement un atout majeur pour l'économie. L'industrie de la chaussure est en pleine expansion. Les fabriques de perles artificielles de Manacor trouvent des débouchés jusqu'à l'étranger. (...)

Dans le domaine culinaire, Majorque s'est fait une spécialité de la savoureuse 'ensaimada' sorte de pâte à croissant très légère en forme de spirale et saupoudrée de sucre. (p. 251-252)

*Guide de Tourisme Michelin Espagne, (1992) Paris, Michelin.*

Estas características están también presentes en la página del portal de Illes Balears (Fig. 4). Este tipo de contenidos, presentados bajo la usual configuración del hipertexto, posee características específicas que se pueden resumir en (i) una textualidad discontinua y segmentada característica del mundo digital y electrónico y (ii) en consecuencia también un tipo de lectura fragmentada que conduce al lector de una pantalla a otra y que es la observación más usual respecto a las actuales modificaciones que ha sufrido la lectura en la pantalla.

A esta finalidad didáctica se une también la tendencia práctica que poseen las guías de corte más moderno. En el fragmento siguiente de la *Guide du Routard Espagne* hemos observado que existe una clara evolución hacia los datos prácticos e informativos y,

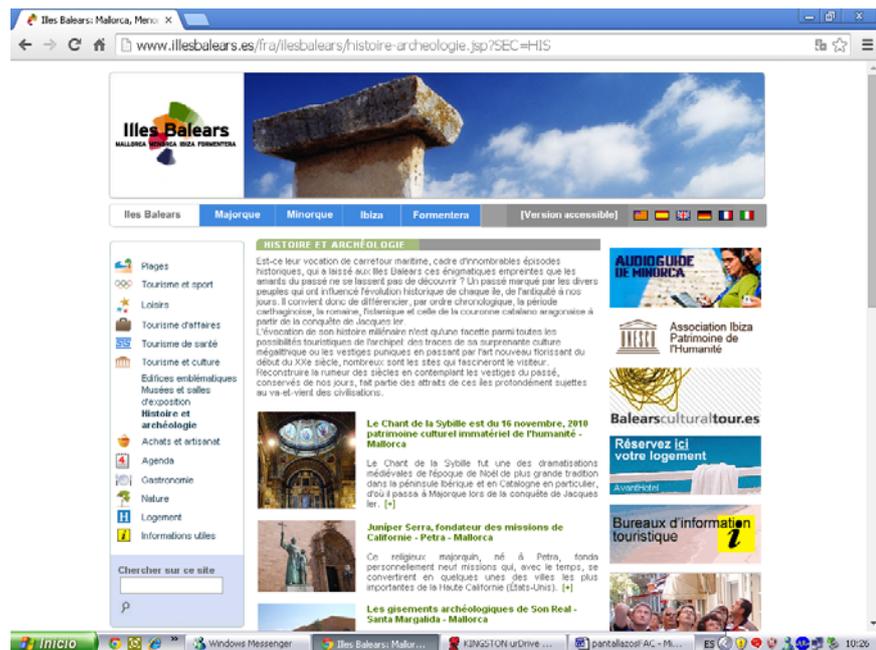


Fig. 4. Illes Balears. Didáctico/explicativo.

Fuente: <http://www.illesbalears.es/fra/illesbalears/histoire-archeologie.jsp?SEC=HIS>

por lo tanto, se percibe una menor tendencia enciclopédica:

### **PALMA DE MAJORQUE**

Indicatif téléphonique: 971

En face d'une vaste baie, une ville de plus de 300.000 habitants, à la vie intense. Tout compte fait, pas grand-chose à voir, pas de plages agréables à proximité. Pas étonnant que les routards n'y restent pas.

#### **Adresses utiles**

-Oficina de turismo : *avenida Rey Jaime III* ( ...)

#### **Transports inter-îles**

-Ibèria : *paseo del Born, 10* ( ...)

-Ferries *Trasmediterránea* : *Muelle Viejo, 5* ( ...)

#### **Où dormir ?**

Hébergement difficile en été. Si tout est complet, le personnel de l'office de tourisme pourra éventuellement vous aider.(...)

#### **Où boire un verre?**

- *Bodega Bellver* : *carrer Serina*, à l'angle de la carrer de las Capucinas. À 50 m au nord de la plaza Santa Catalina ( ...)

#### **À voir**

-*La cathédrale* : près de quatre siècles pour construire cet édifice sans grâce folle, c'est beaucoup. Les flèches sont peu élevées, ce qui donne à l'ensemble un aspect lourd et massif. Côté sud, le portail du Mirador est une œuvre maîtresse de l'art gothique espagnol. ( ... ) (pp. 271-75)

*Guide du Routard Espagne, (1990/91) Paris, Hachette.*

La mezcla de practicidad y del componente enciclopédico es una de las características más comunes que poseen tanto los portales de información turística como las guías turísticas en formato electrónico, como en este ejemplo que incluimos de la guía routard.com:

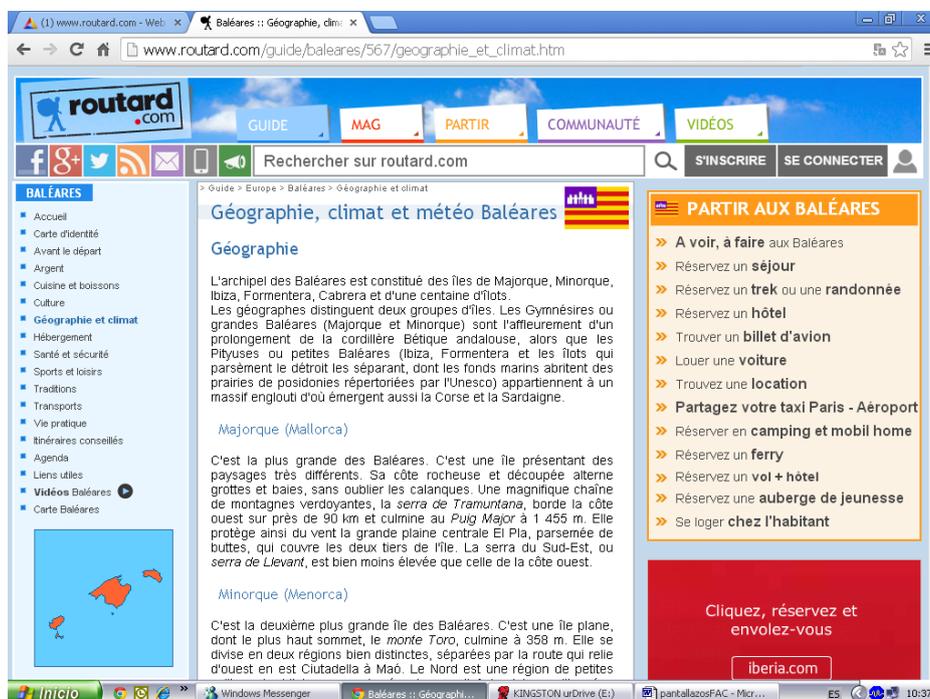


Fig. 5. Guide du Routard. Práctico/enciclopédico.

Fuente: [http://www.routard.com/guide/baleares/567/geographie\\_et\\_climat.htm](http://www.routard.com/guide/baleares/567/geographie_et_climat.htm)

### 3.2.4 Lo argumentativo

Las guías turísticas están también íntimamente relacionadas con el discurso publicitario. Aunque aparentemente su orientación no sea la misma, ni persigan exactamente los mismos fines, existen determinados aspectos presentes en las guías y páginas de información turística que son comunes al discurso publicitario.

Sabemos que el discurso publicitario se considera heredero de dos grandes géneros de la tradición retórica: el epidíctico, que practica el elogio, y el deliberativo, en el que el orador aconseja o desaconseja a un público concreto. Estos dos géneros que están ligados entre sí, tal y como se ha considerado desde Aristóteles hasta nuestros días<sup>64</sup>, muestran su presencia en todas las guías turísticas actuales y también en los libros de viajes. Observemos el carácter epidíctico de este fragmento de *Espagnes* sobre Ibiza, muy marcado por su componente descriptivo, pero cuya configuración puede ser analizada desde una óptica publicitaria.

Le plus beau jour d'Ibiza, c'est le dimanche. De tous les petits villages de l'île, des villages qui ont des noms de saints, arrivent des caravanes de tartanes. Et toutes les rues de la ville sont bientôt envahies par de belles jeunes filles qui iront, tout à l'heure, à la messe pour prier et pour s'éventer. Les filles d'Ibiza... elles ont pour elles l'ingénuité et la candeur; mais elles ont aussi leurs yeux, et ce sont des yeux chargés d'une malice étrange. Leur costume est magnifique. Il se résume en une quantité prodigieuse de colliers, de chaînes, de médailles, de croix d'or qui dessinent sur leur poitrine comme d'éclatants brandebourgs. Un mouchoir de soie dissimule en partie leurs cheveux partagés en deux par une raie médiane et vient se nouer sous le menton, qui est d'un ovale parfait. Jusqu'à l'heure de la messe, elles se promènent dans les rues, bras dessus, bras dessous, l'éventail à la main. (p. 101-102)

EMIÉ, L. (1955) : *Espagnes*, Bruxelles, Éditions des Artistes.

Estos dos géneros -el epidíctico y el deliberativo- están también en relación con dos aspectos que en publicidad son inseparables: el descriptivo y el argumentativo<sup>65</sup>. Tal y como plantean Adam et Bonhomme (2011), la descripción es una de las formas que tiene el discurso publicitario para enmascarar la persuasión. A menudo, bajo las formas de la descripción, el discurso publicitario presenta una argumentación subyacente. Esto es lo que observamos en este fragmento de *L'Espagne, Le monde en couleurs* que bajo la descripción transmite una invitación a visitar la isla de Ibiza.

Le dépaysement dans le temps est peut être encore plus profond à Iviça, si vous pouvez par hasard vous y trouver un dimanche à la sortie de la messe. Alors vous assisterez à quelque chose de vraiment extraordinaire: toutes les jeunes filles de l'île, qui sont parfois venues des villages les plus éloignés, sont là qui défilent, vêtues de leurs plus beaux atours, la tête drapée dans la classique mantille noire et la poitrine littéralement constellée de colliers composés de larges plaques d'or, dont leurs mains aussi, à chaque doigt, sont chargées. L'ensemble est d'une somptuosité barbare tout à fait impressionnante. Et quand on sait que ces bijoux, ainsi que les jupons superposés de leur costume, représentent leur dot, l'imagination est bien obligée de se reporter aux très vieilles époques patriarcales quand, pour rendre les jeunes filles plus tentantes, on exposait ensemble leur beauté et leur fortune.

*L'Espagne, Le monde en couleurs*. (1951) Paris, Éditions Odé.

En ambos fragmentos, de tinte publicitario, observamos que la descripción está influida por lo epidíctico que es fundamentalmente halago y sólo transmite valores

---

<sup>64</sup> Recordemos como G. Molinié (1992: 111) lo resume: "Quand vous voulez louer, voyez ce que vous pourriez conseiller; et quand vous voulez conseiller, voyez ce que vous pourriez louer".

<sup>65</sup> "L'épidictique est principalement en rapport avec la part descriptive de la langue et le délibératif avec la part argumentative". (Adam, 2011: 91).

## Turismo y representación espacial

PIÑEIRO MACEIRAS, M.L., CHAPUIS, L. Y RE, M. (EDS.)

positivos. Además, también podemos observar cómo en este tipo de discurso, se establece una relación entre el carácter argumentativo y publicitario muy particular. Puesto que la argumentación incluye descripciones elogiosas y positivas, en ellas, de alguna manera, se encuentra también implícito el consejo que aquí se puede considerar como una invitación para visitar el país descrito y que en definitiva tiene características publicitarias.

Por otra parte, hay que añadir también que en toda descripción existirían dos estadios previos que son la enumeración y la selección. Estos dos estadios, en palabras de Adam<sup>66</sup>, serían como 'un grado cero de la descripción'. Así, antes de hacer una descripción, se enumera y se lleva a cabo una actividad selectiva de esa enumeración. Esta particularidad que forma también parte intrínseca de la publicidad y se puede observar, por otra parte, en la configuración de eslóganes o secuencias cortas, se encuentra también presente en las guías turísticas, como ocurre en el siguiente fragmento de *Au coeur de l'Espagne*.

La Nouvelle Castille, c'est l'amour de l'Indépendance, c'est la conscience de la dignité, c'est la monarchie avec Tolède et Madrid. Tolède, la primatiale, le château de Charles-Quint, le Zocodover : la puissance religieuse, l'empire, le pittoresque du bas peuple ; Madrid, le palais des Bourbons, le Musée du Prado, la bibliothèque nationale : la royauté, les merveilles artistiques, les trésors intellectuels. (...)

BURNET, Ph. et SIUROT, M. (1932) : *Au coeur de l'Espagne*, Grenoble, Éditions Arthaud.

Incluso en aquellas guías que están más cercanas a los libros de viajes, nos encontramos con enumeraciones que poseen un tinte más literario, como vemos en este fragmento del capítulo IV de *Espagnes* dedicado a Granada la Bella:

Le poème de l'Alhambra est maintenant intraduisible. Il est fait de stuc, de faïences, de marbre, de colonnades, de fontaines. Il est fait aussi de myrtes et de cyprès. Il ne bouge plus depuis des siècles. Il est immuable et fermé. C'est un trésor dont les monnaies n'ont plus de valeur et ce sont pourtant les monnaies les plus précieuses du monde : celles qui dispensent à toutes les destinées leurs précieuses raisons d'être, leurs plus capiteuses servitudes. (p.91)

EMIÉ, L. (1955) : *Espagnes*, Bruxelles, Éditions des Artistes.

Sin embargo, es necesario recordar que este aspecto literario tampoco es ajeno a la táctica habitual del discurso publicitario que consiste en *embellecer para vender*, mecanismo discursivo que por sus características se acerca a la poesía y se encuentra frecuentemente también en las guías turísticas. Aunque actualmente estos mecanismos publicitarios presentan un planteamiento distinto en los portales de las guías turísticas en formato electrónico, como podemos observar en la figura 6, una gran parte de la fuerza promocional se encuentra en los distintos tipos de elementos y documentos de carácter iconográfico.

---

<sup>66</sup>Recordemos que la descripción tal y como la define Adam supone pasar de la simultaneidad del objeto a la linealización del discurso. (Adam, 2005: 143).

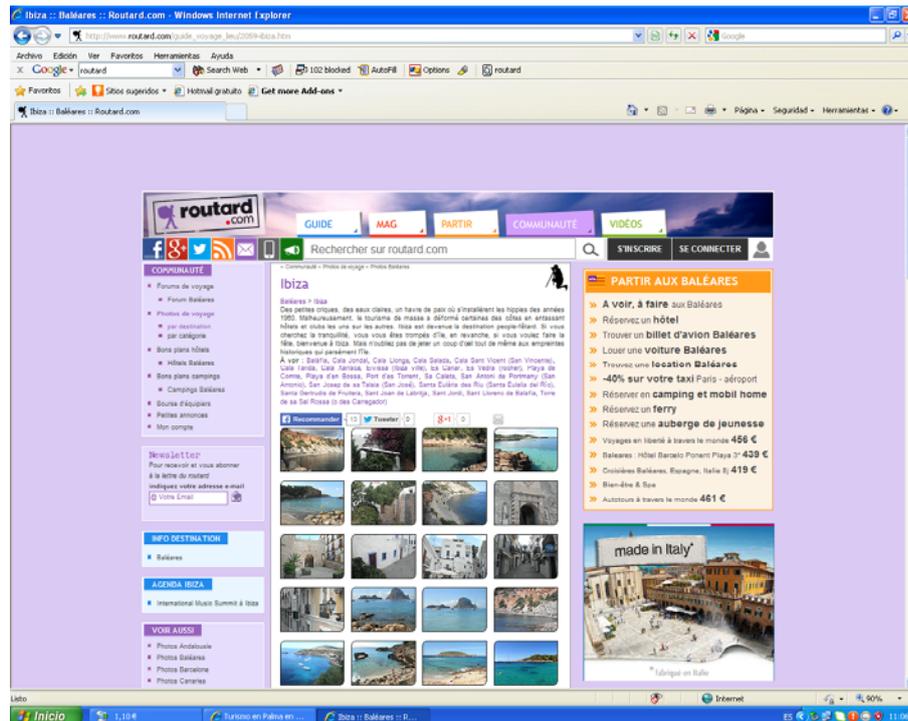


Fig. 6. Publicitario.

Fuente:

[http://www.routard.com/guide\\_voyage\\_lieu/2059-ibiza.htm](http://www.routard.com/guide_voyage_lieu/2059-ibiza.htm)

#### 4. CONCLUSIÓN

Del estudio sobre las guías y los espacios de la información turística podemos concluir, en primer lugar, que la heterogeneidad es la característica más llamativa de los textos de las guías; se encuentra presente en muchos aspectos directamente relacionados con el turismo y se traduce en un discurso fragmentado como consecuencia de una funcionalidad esencialmente práctica.

En segundo lugar tenemos que destacar que se trata de un discurso procedente de dos géneros tradicionales de la retórica: el deliberativo y el epidíctico. Por eso, por una parte, presenta marcadas características del discurso didáctico puesto que supone una determinada forma de difundir el *saber* y el *saber hacer*; y por otra, mantiene una estrecha relación con el discurso publicitario, puesto que las guías turísticas son un elemento importante de la compleja red de la industria turística, tienen, además, como finalidad promover el desarrollo turístico y para ello necesitan suscitar en el lector el deseo del viaje.

Respecto a su configuración textual, tercer aspecto que quiero poner de relieve en esta conclusión, nos encontramos con mezclas secuenciales entre las que ocupan un lugar muy destacado la descripción y la argumentación, muy relacionadas con el interés promocional y el carácter persuasivo que se desprende de las guías. Curiosamente, las secuencias textuales narrativas, directamente heredadas de los relatos y libros de viajes, adquieren una dimensión menor en las guías turísticas actuales.

Además, la estructuración de los espacios de la información turística ha mostrado una evolución que hemos observado desde los libros de viajes hasta las guías. Ambos sirven para presentar diferentes vertientes de una misma realidad. Sin embargo, al margen de las evidentes similitudes que poseen, entre las guías y los libros de viajes

## Turismo y representación espacial

PIÑEIRO MACEIRAS, M.L., CHAPUIS, L. Y RE, M. (EDS.)

existen también diferencias sustanciales. Las guías turísticas describen y explican lo conocido, lo que interesa al turista y lo que se suele visitar. En cierto sentido intentan, por lo general, transmitir la realidad de un modo objetivo. Los libros de viajes, por el contrario, narran lo que se ignora, lo que se esconde, y ofrecen una visión personal y subjetiva de la realidad. Estas diferencias son las que justifican la utilización de denominaciones como la de *viajero* frente a la de *turista*. Los viajeros se comportan como una parte activa de las producciones discursivas, narran y están sujetos a un elemento estructural esencial que interviene en ellas: el tiempo discursivo. Los turistas, sin embargo, utilizan las guías turísticas con el fin de encontrar en ellas datos, explicaciones y descripciones de lugares que les son presentados y en los que el elemento consustancial, por excelencia, es el espacio.

Aunque actualmente exista un suficiente conocimiento de las regiones y países del mundo, los viajes seguirán realizándose y la previsible continuidad de la industria turística en las sociedades futuras hará subsistir y evolucionar las peculiaridades de las guías turísticas en toda su dimensión. Esta evolución, tal y como hemos visto, irá enfocada hacia una mayor practicidad, provocando una mayor fragmentación de los contenidos. La consecuencia más inmediata es la desestructuración de las guías tal y como las conocemos en la actualidad, tendiendo hacia organizaciones discursivas más próximas a las utilizadas ya en entornos digitales. La evolución tiende hacia discursos más efímeros, correspondiendo también con un tipo de lectura fragmentada que se adapta a la actual segmentación del tiempo de ocio de los usuarios.

No quiero terminar esta exposición sin referirme expresamente a las distintas formas de los portales de la información turística, cada vez más extendidas. A modo de ejemplo, señalaré los recorridos virtuales on line que se presentan como una novedosa vertiente de las visitas y de la información turística. Se trata de recorridos interactivos que, a través de una visita virtual, se hacen, por ejemplo, a monumentos, museos o exposiciones, tal y como podemos observar en el ejemplo que presento en la figura 7: *Recorrido virtual por la Lonja de la Seda de Valencia*.

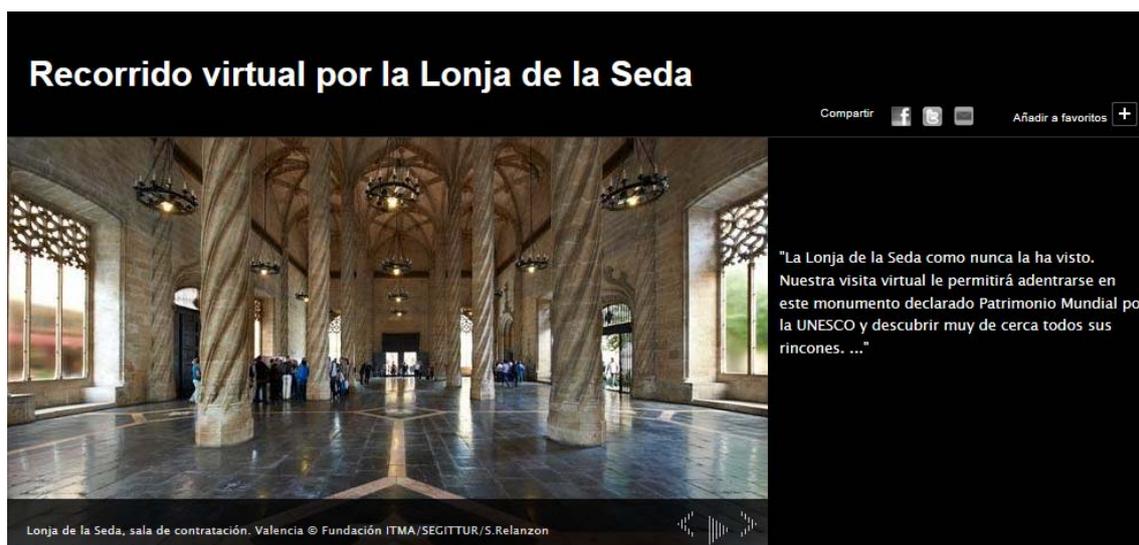


Fig. 7. Recorrido Virtual on line <http://viewer.spainisculture.com/hdimages/Visita%20Lonja/tour.html?lang=es>

Este tipo de herramientas interactivas permiten descubrir de cerca todos los rincones del espacio visitado, mediante imágenes ampliables de gran resolución llegando incluso a las zonas no accesibles con una visita real. Estas nuevas formas de hacer

accesible la información turística suponen, actualmente, una ampliación de los espacios tradicionales ocupados por las guías turísticas y los libros de viajes hacia formas más innovadoras y cercanas a los viajeros y turistas de nuestras sociedades.

### REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- ADAM, J.-M. (1992): *Les textes. Types et prototypes. Récit, description, argumentation, explication et dialogue*. París, Nathan, 2001.
- ADAM, J.-M. (1994): *Le texte narratif*, París, Nathan.
- ADAM, J.-M. ET PEETITJEAN, A. (1989): *Le texte descriptif*, París, Nathan.
- ADAM, J.-M. (2005): *La linguistique textuelle. Introduction à l'analyse textuelle des discours*, París, A. Colin.
- ADAM, J.-M. (2011) : *L'argumentation publicitaire*, París, A. Colin.
- ANÓNIMO (1557): *Viaje de Turquía: La odisea de Pedro de Urdemalas*/edición de Fernando G. Salinero. Madrid, Cátedra, Letras Hispánicas, 1995.
- BAIDER, F., BURGER, M., GOUTSOS, D. (dir.) (2004): *La Communication touristique. Approches discursives d'identité et d'altérité*. París, l'Harmattan.
- BARTHES, R. (1957) : *Mythologies*, París, Seuil.
- BRONCKART, J.-P. (1996): *Activité langagière, textes et discours. Pour un interactionnisme sociodiscursif*. Lausanne, Delachaux et Niestlé.
- CALVI, M.V. (2006): *Lengua y comunicación en el español del turismo*. Madrid, Arco Libros.
- CALVI, M.V. (2010): "Los géneros discursivos en la lengua del turismo: una propuesta de clasificación", *Ibérica 19*, pp. 9-32.
- CHAMPEAU, G. (ed.) (2004): *Relatos de viajeros contemporáneos por España y Portugal*. Madrid, Verbum.
- CHARAUDEAU, P. (1994): "Le discours publicitaire, genre discursif" *Mscope, 8* : 34-44 CRDP. Versailles.
- GENETTE, G. (1987): *Seuils*, París, Seuil.
- ISENBERG, H. (1987): «Cuestiones fundamentales de tipología textual», in Bernárdez, E. (comp.), *Lingüística del texto*. Madrid, Arco, pp. 95-129.
- KERBRAT-ORECCHIONI, C. (1980): *L'Énonciation*, París, A. Colin.
- KERBRAT-ORECCHIONI, C. (2004): «Suivez le guide! Les modalités de l'invitation au voyage dans les guides touristiques : l'exemple de l'île d'Aphrodite», in BAIDER, F. (Éd.), *La Communication touristique. Approches discursives d'identité et d'altérité*. París, l'Harmattan, pp. 133-150.
- LANQUAR, R. ET HOLLIER, R. (1981): *Le Marketing Touristique*. París, PUF, Coll. "Que sais-je?"
- LÓPEZ ALONSO, C. (1995): "Viaje y representación espacial", in *Compás de Letras*, nº 7 pp. 33-47.
- LÓPEZ ALONSO, C. Y SÉRÉ, A. (2001): *La lectura en lengua extranjera*, Hamburgo, Buske.
- LÓPEZ ALONSO, C. (2014): *Análisis del discurso*, Madrid, Editorial Síntesis.
- MAINGUENEAU, D. (2004): *Le discours littéraire. Paratopie et scène d'énonciation*. París, Armand Colin.
- MOIRAND, S. (2004) : «Le même et l'autre dans les guides de voyage du XXI siècle», in baider, F. (ed), *La Communication touristique. Approches discursives d'identité et d'altérité*. París, l'Harmattan, pp. 151-172.

## **Turismo y representación espacial**

PIÑEIRO MACEIRAS, M.L., CHAPUIS, L. Y RE, M. (EDS.)

MONTAIGNE, M. de (1595): *Journal du voyage de Michel de Montaigne en Italie par la Suisse & l'Allemagne en 1580-1581 avec des notes par M. de Querlon*, Édition Meusnier de Querlon du journal rédigé en route et non repris par Montaigne, Le Jay, Rome et Paris, 1774.

MOURLHON-DALLIES, F. (1995): "Variations discursives d'écrits touristiques: l'exemple de Venise", in S. MOIRAND ET AL. (eds.) *Parcours linguistiques de discours spécialisés*, Berne, Peter Lang.

MOLINIE, G. (1992): *Dictionnaire de rhétorique*, Paris, le Livre de Poche, n° 8074.

NORDMAN, D. (1986): "Les Guides Joanne, ancêtres des guides bleus", in *Les Lieux de mémoire*, sous la direction de Pierre Nora. Paris, Gallimard.

PIÑEIRO MACEIRAS, M.L. (2009): "El Itinerario de A. t'Serstevens por las provincias de León y Burgos en Julio de 1936", *Argutorio Año XIII*, n° 23, pp. 59-66.

PIÑEIRO MACEIRAS, M.L. (2011) : "Production de textes spécialisés en français langue étrangère dans des modèles de formation b-learning", in EID, C. (ed.), *Les Programmes de Formation universitaire*, Beirut, Les Éditions de l'Université Antonine.

PERTITJEAN, A. (1989) : « Les typologies textuelles ». *Pratiques*, 62 :86-125.

PECASSOU, J.-J. (1996): "En suivant le guide", *Le Français dans le monde* n° 279.

PESTANO Y VIÑAS, A. (2004): "Entre guía turística, relato de viaje y ficción: las guías disfrazadas", in CHAMPEAU, G. (ed.) *Relatos de viajes contemporáneos por España y Portugal*, Madrid, Verbum.

PRODHOMME, S. (2002): « Voyager au Canada, la mise en route par les guides », in *Alinéa* 13, « Voyager ».

RABATTEL, A. (2008): *Homo Narrans. Pour une analyse énonciative et interactionnelle du récit*. Limoges, Lambert-Lucas, Coll. Linguistique.

ROULET, E. (1999): *La description de l'organisation du discours*. Paris, Didier.

ROULET, E. ET AL. (2001): *Un modèle et un instrument d'analyse de l'organisation du discours*. Berne, Peter Lang.

SANMARTIN SAEZ, J. (2012): *Discurso turístico e internet*. Madrid, Iberoamericana Vervuert.

## **Guías y libros de viajes**

FLAUBERT, G. (2006) : *Voyage en Orient (1849-1851)* Paris, Gallimard.

LAMARTINE, A. de (2011): *Voyage en Orient. Souvenirs, impressions, pensées et paysages ou Notes d'un voyageur (1832-1833)* Paris, Gallimard.

BURNET, PH. ET SIUROT, M. (1932) : *Au coeur de l'Espagne (Burgos, Avila, Ségovie, Tolède, Madrid, Salamanque)*, Grenoble, Éditions Arthaud.

EMIE, L. (1955) : *Espagnes*, Bruxelles, Éditions des Artistes.

*Guide de Tourisme Michelin Espagne*, Paris, Michelin, 1995.

*Guide du Routard Espagne*, Paris, Hachette, 1990/91.

T'SERSTEVENS, A. (1951): *Le nouvel itinéraire espagnol*, Paris, Éditions Segep.

OGRIZEK, D. (1951): *L'Espagne, Le monde en couleurs* Paris, Éditions Odé.

**Referencias electrónicas**

<http://www.illesbalears.es/fra/ilesbalears/comment-arrive.jsp?SEC=LLE&id=00000232>

<http://www.illesbalears.es/fra/ilesbalears/histoire-archeologie.jsp?SEC=HIS>

<http://www.routard.com/guide/baleares/567/geographie-et-climat.htm>

[http://www.spain.info/fr\\_FR/consultas/ciudades-y-pueblos/pueblos-singulares.html](http://www.spain.info/fr_FR/consultas/ciudades-y-pueblos/pueblos-singulares.html)

[http://www.spain.info/fr\\_FR/que-quieres/ciudades-pueblos/otros-](http://www.spain.info/fr_FR/que-quieres/ciudades-pueblos/otros-destinos/alcudia.html)

[destinos/alcudia.html](http://www.spain.info/fr_FR/que-quieres/ciudades-pueblos/otros-destinos/alcudia.html)

[http://www.routard.com/guide\\_voyage\\_lieu/2059-ibiza.htm](http://www.routard.com/guide_voyage_lieu/2059-ibiza.htm)

<http://viewer.spainisculture.com/hdimages/Visita%20Lonja/tour.html?lang=es>

Segunda parte

***Espacios literarios, estereotipos y cultura***

## CONFIGURACIÓN DEL ESPACIO URBANO EN LA LITERATURA: EL MADRID LIBRESCO

*Laurence CHAPUIS*

Universidad Rey Juan Carlos  
[laurence.chapuis@urjc.es](mailto:laurence.chapuis@urjc.es)

### **Resumen**

En el campo de las ciencias humanas y sociales son numerosas las disciplinas que se interesan por la temática de la ciudad. Pero esto no quita que el escrito literario, incluso sin vocación costumbrista, pueda también enriquecer la reflexión. Lo que la escritura convierte en objeto literario es el mundo real. Sólo que en la novela, la ciudad no se define únicamente por sus propias características urbanísticas, arquitectónicas, geográficas, históricas o sociológicas, sino también por los rasgos que traza el escritor. A través del estudio de cuatro novelas y de una antología de dieciséis cuentos, veremos cómo va tomando forma Madrid mediante la elección de topónimos, el uso de referencias espaciales y culturales, así como la evocación de los datos sensoriales que revelan la naturaleza de la relación empírica que tienen los personajes con la ciudad. Mediante la escritura, se da forma a olores, colores, texturas y sabores, que no son sino facciones definitorias del rostro urbano.

**Palabras clave:** Madrid, literatura, configuración del espacio

### **Abstract**

In the field of Human and Social studies, there are numerous disciplines interested by the topic of city studies. However, the field of literature without falling into the genre of folk novels can still add a lot to this thinking. What literature transforms into a literary object is the real world. But, in novels, Cities are not only defined based on their own architectural, historical, geographical or sociological characteristics, but also by the traits outlined by the author. Through the study of four novels and an anthology of sixteen short novels, we will see how Madrid is shaped by the selection of toponyms, the use of spatial and cultural references, as well as the sensory data coming from the characters, that reveal the nature of the empirical relation they have with the city. Writing gives shape to smells, colors, textures and tastes that end up characterizing the city.

**Key words:** Madrid, literature, spatial configuration

## 1. INTRODUCCIÓN

Son numerosas las disciplinas que se interesan por la temática de la ciudad y, en el campo de las ciencias humanas y sociales, las cuestiones urbanas suelen ser examinadas por la geografía, la historia, la sociología o la sociolingüística urbana. Pero esto no quita que el escrito literario, incluso sin vocación costumbrista, pueda también enriquecer la reflexión. Buscamos aquí trascender la habitual oposición entre realidad y ficción y realzar la función literaria de descripción del mundo real. La escritura se apodera de lo ocurrido realmente y lo convierte en objeto literario. En la novela, la ciudad está en manos del escritor y de sus protagonistas y no se define exclusivamente por sus propias características urbanísticas, arquitectónicas, geográficas, históricas o sociológicas; sus rasgos son trazados por el que ha decidido moldearla, reflejarla. La ciudad que nos aparece en las obras corresponde a una entrega de los autores que observan el entorno y nos trasladan imágenes singulares de Madrid. Pero también introducen imágenes colectivas de la ciudad, las que se construyen en esos años, de una ciudad que experimenta cambios importantes.

Nuestro estudio se nutre de cuatro novelas y de una antología de dieciséis cuentos que van cubriendo un periodo de un poco más de medio siglo, desde finales del XIX hasta la dictadura franquista. Su trama se conforma en Madrid, nace, crece y muere en la ciudad, se hincha y llena de ella, al igual que el paisaje urbano real, cualquier paisaje urbano real, se carga de historias. Aquí, Madrid alberga la narración y los personajes, les da cuerpo, relieve, profundidad. En las obras estudiadas, nos ceñiremos exclusivamente a los aspectos relacionados con Madrid<sup>67</sup>. *Las noches del Buen Retiro* de Pío Baroja es un libro publicado en 1933 que retrata el Madrid finisecular que conoció el autor en su juventud; representa una ciudad en pleno crecimiento, con grandes mejoras urbanísticas y una vida intelectual que atrae a jóvenes artistas. *Madrid, de corte a checa* de Agustín de Foxá se publicó en 1938: la trama ofrece el punto de vista de un falangista sobre los acontecimientos de la república; se mezclan los personajes ficticios con los reales, que se perfilan con referencias ciertas al tiempo social, institucional, etc. El libro se inicia en la "dictablanda" de Dámaso Berenguer (p. 17), representa la vida convulsa de la revolución y termina en 1937, poco después del estallido de la guerra civil: la ciudad tiene las facciones ya despedazadas por los saqueos, las bombas, los incendios. *Beltenebros* (1989) de Antonio Muñoz Molina se sitúa imprecisamente en la época franquista (la única fecha de referencia, 1944, aparece en relación a un suceso del pasado); es una intriga policiaca que pone en escena a un antiguo capitán del ejército en el exilio que vuelve a Madrid para matar a un hombre. La narración itinerante se pierde en ambientes a menudo turbios y la ciudad adquiere unos rasgos oscuros y misteriosos. *La voz dormida* (2002) de Dulce Chacón, transcurre en la post-guerra y se desarrolla en parte dentro de la cárcel de Ventas, donde están recluidas las presas republicanas. Por último, la colección de cuentos recoge obras de distintos autores de los siglos XVII al XX, pero sólo prestaremos atención a los cuentos que encajan en el periodo de tiempo que nos hemos marcado.

En cuanto a la metodología, nuestro trabajo se basa en la lectura atenta de las obras, en la recopilación de datos referentes a la ciudad y a su posterior organización para recomponer el retrato de la ciudad, fragmento tras fragmento. Precisamos que las

---

<sup>67</sup> Dejamos de lado tanto los datos históricos como la ideología.

citadas de las obras se establecen, para facilitar la lectura, a pie de página. Las otras, que remiten a obras científicas, siguen las normas de escritura marcadas.

En una primera parte, nos interesaremos por la representación del espacio madrileño en las novelas. Para ello, recogeremos las referencias espaciales y culturales que trazan la morfología de la ciudad. En la segunda, examinaremos la relación de los protagonistas con Madrid. La experiencia sensible con la ciudad nos da una idea de su atmósfera.

## **2. CONFIGURACIÓN DE LA CIUDAD**

Ciertamente nos entregan, en la narración, una ciudad que no es totalmente real sino distorsionada por la proyección mental del narrador, su imaginación, sus deseos, sus vivencias, la calidad de su observación... Pero el escenario comporta una realidad geográfica, con unos referentes espaciales reales<sup>68</sup>. Para elegir Madrid como escenario, es preciso haberla observado. Los autores han recorrido los concretos espacios antes de describirlos. En el trabajo de reconstrucción literaria del mundo contemplado, se recogen esos elementos reales y se fusionan con la ficción, a menudo para garantizar cierto grado de semejanza con la realidad y darle mayor verosimilitud al discurso.

### **2.1 Referentes espaciales**

En el paisaje creado por la imaginación, el autor va estructurando la toponimia de la ciudad. La dicotomía se establece entre el espacio céntrico y los barrios periféricos. En los textos elegidos, se prioriza el centro (La Latina, Cortes, etc.) y el barrio de Salamanca. El relato delinea un círculo exterior reservado a clases obreras, que ha dejado el centro y se va desplazando hacia “barriadas extramuros”<sup>69</sup>. A medida que va creciendo la población, se prevén planes de urbanización y construcción en la ciudad; pero las obras del ensanche muestran ser insuficientes para proporcionar alojamiento a toda la sociedad. El ritmo de la planificación urbana se ralentiza, se sofoca y la ciudad rebosa y se derrama fuera de los límites del término municipal. El escaso precio del suelo en el extrarradio favorece la aparición de humildes viviendas en zonas externas que años después iban a ser integradas a la ciudad (De Terán Troyano, 1999: 99). En la novela de Pío Baroja, la glorieta de Quevedo y Bravo Murillo se encuentran en los confines de la ciudad. Se mencionan los barrios más alejados de la Prosperidad y de la Guindalera. Los autores hacen referencia a los barrios periféricos de la Bombilla, Ventas, Tetuán, Vallecas, Canillejas, Barajas pero son pocos los que se detienen en su descripción. Sólo Cuatro Caminos es objeto de alguna especificación:

La glorieta de los Cuatro Caminos era una especie de Cibeles proletaria. Tenía en el centro una fuente de rocas artificiales y un sanatorio para obreros al fondo, que recordaba el edificio de correos<sup>70</sup>.

En *Beltenebros*, ya se habla de las “afueras”, “un desierto de calles sin edificios bajo las altas farolas que resplandecían en la noche”<sup>71</sup>; en la “carretera del aeropuerto, fuera

---

<sup>68</sup> El paisaje urbano es formado por elementos tipográficos de distintas épocas, unos conservan su nombre y la función o uso, otros lo han ido cambiando. En el transcurso de las políticas urbanísticas de remodelación, los espacios se reducen o ensanchan, mueren sin más, o son sustituidos por otros. Nuestro estudio se centra en la sencilla recopilación de dichos elementos.

<sup>69</sup> “El hombre que se pasaba la vida en la Puerta del Sol” de Emiliano Ramírez Ángel, p. 98, en *Cuentos madrileños*.

<sup>70</sup> *Madrid de Corte a Checa*, p. 152.

<sup>71</sup> *Beltenebros*, p. 112.

## Turismo y representación espacial

PIÑEIRO MACEIRAS, M.L., CHAPUIS, L. Y RE, M. (EDS.)

de la ciudad, en la tierra de nadie donde se levantaban armazones de edificios en construcción y cobertizos de fábricas o de almacenes de chatarra<sup>72</sup>.

Es como si la ciudad se apagara en sus umbrales, mientras que en el centro, la vida palpita. Los autores se fijan en las plazas que se cruzan, por las que se pasean, y circulan gentes, turistas y transeúntes “que [vagan] sin rumbo claro”<sup>73</sup>... La Puerta del Sol es indudablemente el punto de gravedad de la ciudad, “es la más madrileña de los madriles”<sup>74</sup>. Ese emblemático espacio público está presente en todas las obras analizadas. Pero son también la plaza de Oriente, la plaza Mayor y sus “soportales”<sup>75</sup>, la plaza de Cibeles. La plaza del Progreso, del Rey, de Santa Cruz, de Santo Domingo, Jacinto Benavente, Antón Martín, la plaza de la Armería, la “Puerta cerrada”, de la que “se alzaba blanca, sepulcral, la gran Cruz de piedra”<sup>76</sup> y la Puerta de Alcalá que se caracteriza por “la infinita elegancia de su traza”<sup>77</sup>... Plazas y... plazuelas: “vuelta va, vuelta viene”<sup>78</sup> en la plazuela de San Andrés, de los Carros, del Ángel “con sus cervecerías”<sup>79</sup>.

La ciudad se configura en torno a los grandes ejes de Madrid: el paseo de la Castellana, del Prado, Recoletos, Alcalá. Gran Vía, de construcción más tardía aparece en los textos más recientes. Las grandes avenidas modelan el espacio de la escritura, pero también las calles. Para que el lector visualice rápidamente el territorio, se definen a brochazos. Está la calle, singularizada, en la que el protagonista se detiene: “calle arriba y calle abajo”<sup>80</sup>, “calle vacía”<sup>81</sup>, calle “inverniza”<sup>82</sup> “empinada y estrecha”<sup>83</sup>, “baja y casi deshabitada”<sup>84</sup>; y las calles que forman parte de una visión de conjunto, reducidas a un rasgo saliente común: “viejas calles”<sup>85</sup>, calles “señoriales”<sup>86</sup>, “calles retorcidas”<sup>87</sup>, “anchas y grises”<sup>88</sup>, “calles recién abiertas”<sup>89</sup>. Muchas vienen denominadas, en un claro intento de conexión con lo tangible. La calle de Atocha, Serrano, Menéndez Pelayo, la calle Mayor, la Cava Baja, la calle de Viriato, de Echegaray, Abascal, del Arenal, la carrera de los Jerónimos, la calle Ave María, número dieciséis, tercero derecha, la calle del Desengaño, de Santa Isabel, de Buenavista, de la Bolsa, calle Hermosilla, Silva, de la Luna, bocacalle de Goya. Y callejuelas, como la de la Cruz Verde. En fin calles para caminar, pasear, recorrer o “andar tirado”<sup>90</sup>.

Forman parte del espacio céntrico literario las iglesias: la iglesia de San José, San Nicolás, “sonaban lentas las campanas de San Andrés”<sup>91</sup> que es “espigadita y alta,

---

<sup>72</sup> *Beltenebros*, p. 61.

<sup>73</sup> “Madrid, otoño, sábado” de Josefina Aldecoa, p. 150, en *Cuentos madrileños*.

<sup>74</sup> “El hombre que se pasaba la vida en la Puerta del Sol” de Emiliano Ramírez Ángel (p. 99), en *Cuentos madrileños*.

<sup>75</sup> “El saber de la miseria” de Antonio Machado, p. 57, en *Cuentos madrileños*.

<sup>76</sup> *Madrid de Corte a Checa*, p. 17.

<sup>77</sup> “La dama de la rosa” de Pedro de Répite, p. 86, en *Cuentos madrileños*.

<sup>78</sup> “Mañana de Domingo”, de Alonso Zomora Vicente, p. 124, en *Cuentos madrileños*.

<sup>79</sup> *Madrid de Corte a Checa*, p. 159.

<sup>80</sup> “Madrid, otoño, sábado” de Josefina Aldecoa, p. 150, en *Cuentos madrileños*.

<sup>81</sup> “Signo y mensaje” de José María Merino, p. 174, en *Cuentos madrileños*.

<sup>82</sup> *Madrid de Corte a Checa*, p. 121.

<sup>83</sup> *Beltenebros*, p. 88.

<sup>84</sup> *Beltenebros*, p. 65.

<sup>85</sup> “La casa vieja” de Emilio Carrere, p. 71, en *Cuentos madrileños*.

<sup>86</sup> “La dama de la rosa” de Pedro de Répite, p. 86, en *Cuentos madrileños*.

<sup>87</sup> “Mañana de Domingo”, de Alonso Zomora Vicente, p. 122, en *Cuentos madrileños*.

<sup>88</sup> *Beltenebros*, p. 175.

<sup>89</sup> *Las noches del Buen Retiro*, p. 55.

<sup>90</sup> “Signo y mensaje” de José María Merino, p. 167, en *Cuentos madrileños*.

<sup>91</sup> *Madrid de Corte a Checa*, p. 17.

oronda de haber subido su costanilla empinada<sup>92</sup>; San Judas Tadeo, la iglesia y el convento de las Calatravas, con “el toque de campana [...], que llamaba para sus rezos a las comendadoras<sup>93</sup>”. Se erigen en el paisaje madrileño “las agujas de San Miguel [...], Santa Cruz [...], la catedral, dos torres altas y romas delante de la cúpula<sup>94</sup>”, “San Pedro, cara de búho en ladrillo<sup>95</sup>”. Y las capillas: de San Isidro. El paisaje urbano incluye el cementerio de San Martín “vigoroso de cipreses<sup>96</sup>”, de San Isidro y de la Patriarcal, el cementerio del Este.

El cotidiano está circunscrito en espacios muy concretos, en el entorno más acostumbrado de los protagonistas. Son, a diario, espacios relativos a la vivienda, al trabajo o a los lugares de recreo. La relación al entorno se establece mediante la designación de los espacios urbanos más elementales como la calzada, travesía, “los rinconcillos<sup>97</sup>”, las aceras, hileras de casas, edificios, portales oscuros, ventanas iluminadas, pisos superiores, sus cuevas y sobre todo la esquina: citarse con los amigos en “la taberna de la esquina<sup>98</sup>”, “torcer la esquina<sup>99</sup>”, encontrarse “al volver de una esquina<sup>100</sup>”, apoyarse “en la esquina de la calle de la Bolsa [...] de lado en la pared<sup>101</sup>”, vender revistas y periódicos “allí, unas veces en una esquina, otras en la opuesta allá<sup>102</sup>”, doblar “la esquina<sup>103</sup>”, “su salud era la esquina de costumbre<sup>104</sup>”. “El boticario Martínez acudía todas las tardes [...] en la esquina de la plaza de Santo Domingo. Aquella esquina era la costa norteamericana de la ciudad”.<sup>105</sup> “[Leer] en las esquinas nombres olvidados que aludían a otra vida<sup>106</sup>”, “[perderse] tras la esquina<sup>107</sup>”. Dirigir la mirada hacia “la esquina de Alcalá con Manuel Becerra<sup>108</sup>”, la esquina de San Sebastián con Atocha<sup>109</sup>”.

Se observa la tradicional dicotomía entre la naturaleza y el hormigonado, barro y pavimento, polvo y empedrado, tierra y asfalto. La ciudad se compone de “un desfiladero de asfalto entre casas altísimas<sup>110</sup> en los que los transeúntes ceden cada vez más el paso a los automóviles, es “el asfalto espejeante, liso de faros y silenciosos neumáticos<sup>111</sup>. En las calles de Madrid, pocos árboles se escriben, sólo la acacia comulga con el asfalto omnipresente: en “una tarde caliente y luminosa”, Madrid [huele] a acacias en flor a asfalto regado<sup>112</sup>. Se recorre “una larga calle con acacias<sup>113</sup>”, se sale a una plazuela de “acacias verdes<sup>114</sup>. A veces están caracterizadas,

<sup>92</sup> “Mañana de Domingo”, de Alonso Zomora Vicente, p. 123, en *Cuentos madrileños*.

<sup>93</sup> “La dama de la rosa” de Pedro de Répide, p. 85, en *Cuentos madrileños*.

<sup>94</sup> “Mañana de Domingo”, de Alonso Zomora Vicente, p. 123, en *Cuentos madrileños*.

<sup>95</sup> “Mañana de Domingo”, de Alonso Zomora Vicente, p. 123, en *Cuentos madrileños*.

<sup>96</sup> *Madrid de Corte a Checa*, p. 157.

<sup>97</sup> “Mañana de Domingo”, de Alonso Zomora Vicente, p. 122, en *Cuentos madrileños*.

<sup>98</sup> “Uno, como hay muchos” de José Montero Iglesias, p. 66, en *Cuentos madrileños*.

<sup>99</sup> “La dama de la rosa” de Pedro de Répide, p. 87, en *Cuentos madrileños*.

<sup>100</sup> “Los pirantes” de Azorín, p. 52, en *Cuentos madrileños*.

<sup>101</sup> *La voz dormida*, p. 109.

<sup>102</sup> “El hombre que se pasaba la vida en la Puerta del Sol” de Emiliano Ramírez Ángel, p. 94, en *Cuentos madrileños*.

<sup>103</sup> “Signo y mensaje” de José María Merino, p. 174, en *Cuentos madrileños*.

<sup>104</sup> “El hombre que se pasaba la vida en la Puerta del Sol” de Emiliano Ramírez Ángel, p. 99, en *Cuentos madrileños*.

<sup>105</sup> *Madrid de Corte a Checa*, p. 32.

<sup>106</sup> *Beltenebros*, p. 177.

<sup>107</sup> *Beltenebros*, p. 177.

<sup>108</sup> *La voz dormida*, p. 258.

<sup>109</sup> *La voz dormida*, p. 365.

<sup>110</sup> “El perro de la obra” de Tomás Borrás, p. 104, en *Cuentos madrileños*.

<sup>111</sup> *Madrid de Corte a Checa*, p. 28.

<sup>112</sup> *Madrid de Corte a Checa*, p. 43.

<sup>113</sup> *Beltenebros*, p. 185.

mimetizándose con el entorno en el que crecen: “una calle baja y casi deshabitada, con mezquinas acacias y portales inhóspitos”<sup>115</sup>. Y cuando los personajes se escapan a la casa de Campo, “[retornan] en taxi a un Madrid, caliente de asfaltos y acacias”<sup>116</sup>.

El sistema de circulación se incorpora sólidamente a la obra literaria. La irrupción de las vías y calzadas en el espacio urbano modifica el trazado de la ciudad. Los autores reflejan el impacto de la evolución del transporte, tanto materialmente, en la configuración de la ciudad, como en la relación de los habitantes al espacio y al tiempo, ya que tranvía, tren, autos y metros acortan las distancias. El tren está dentro de Madrid: “el ferrocarril es ahora un elemento más de la ciudad, completamente incorporado a la realidad urbana, de la que forma parte, especialmente a través de la estación, erigida en monumento” (De Terán Troyano, 1999: 93). Al tiempo que aparecen materialmente en la ciudad, se trasladan gráficamente al papel. Así están la estación del Norte (posteriormente llamada de Príncipe Pio) y la estación de Mediodía desde la cual subían “los paletos de pana, con alforjas y cestas de pollos”<sup>117</sup>; la del Niño Jesús y “el trenecito, con su humo”<sup>118</sup>. La estación de Mediodía pasa a ser la estación de Atocha y adquiere una “forma tan extraña, como enterrada o sumergida a medias”<sup>119</sup>, con “los expresos bajo la bóveda de hierro”. En sus andenes y vestíbulos “[cunde] un desorden desesperado e inmundo, una angustia de trenes perdidos o interminablemente retrasados que [ensombrece] los rostros de fatiga y de insomnio y se [adhiera] a las paredes y al suelo como una suciedad de hollín y de grasa no limpiada en muchos años”<sup>120</sup>.

El tranvía es un símbolo del espacio urbano. La descripción del tranvía madrileño pasa por el filtro de una imaginación afectuosa que lo provee de componentes idílicos:

El plebeyo tranvía reluce orgullosamente al sol [...], sus vidrios parecen diáfanos; sus botones de metal deslumbran; sus mulas trotan briosas y gallardas; el conductor arrea con voz animosa, y el cobrador pide los billetes atento y solícito, ofreciendo en ademán cortés el pedacillo de papel blanco o rosa<sup>121</sup>.

Desaparecen los tranvías de mulas, se electrifican las líneas, la ciudad se transforma con el impulso de la modernización: “las primeras calderitas de asfaltar [...], el tendido de los cables eléctricos, y el auto, tirado a veces por una reata, y el salto al tejado de los letreros luminosos, y el encendedor mecánico [...] y la garita del «Metro»”<sup>122</sup>. El metro, otro elemento propiamente urbano, aparece con sus escaleras, sus túneles, sus combinaciones, sus entradas como “una hoguera encendida en una isla”<sup>123</sup>; sus estaciones, sus vestíbulos y “baldosines de anuncios”, sus “básculas y esferas de cristal, con píldoras de colores, de menta, que [salen] echando diez céntimos”<sup>124</sup>. El metro surge tras la curva, “se [ve] el farol del vagón iluminando un trozo de vía”, se abren y cierran sus puertas “con un bufido de aire comprimido”<sup>125</sup>. Por fin, en *Beltenebros*, que inscribe la trama en un espacio temporal más reciente, aparece el aeropuerto y sus

---

<sup>114</sup> *Madrid, de corte a checa*, p.30.

<sup>115</sup> *Beltenebros*, p. 65.

<sup>116</sup> *Madrid de Corte a Checa*, p. 167.

<sup>117</sup> *Madrid de Corte a Checa*, p. 23.

<sup>118</sup> *Madrid de Corte a Checa*, p. 24.

<sup>119</sup> *Beltenebros*, p. 60.

<sup>120</sup> *Beltenebros*, p. 63.

<sup>121</sup> “En tranvía” de Emilia Pardo Bazán, p. 39, en *Cuentos madrileños*.

<sup>122</sup> “El hombre que se pasaba la vida en la Puerta del Sol” de Emiliano Ramírez Ángel, p. 96, en *Cuentos madrileños*.

<sup>123</sup> *Beltenebros*, p. 112.

<sup>124</sup> *Madrid, de corte a checa*, p.29.

<sup>125</sup> *Madrid, de corte a checa*, p.29.

“espacios horizontales”, “el avión [rebotando] sobre la pista”, “los laberintos de la terminal” y la “dispersa multitud de los corredores y las escaleras mecánicas”<sup>126</sup>.

Los referentes urbanos, en sus dimensiones estáticas o dinámicas, son espacios de vida ocupados por los ciudadanos en el desempeño de sus actividades. La voluntad de construir un territorio coherente va asociada a prácticas sociales de lo cotidiano: trabajo, ocio, encuentro... Las rutinas sirven para “decir” Madrid.

## **2.2 Referentes culturales: hábitos, costumbres.**

En este sentido, las tiendas y los bares permiten definir prácticas propias de la ciudad. Se compra elegantemente en las “confiterías Martinho y Prast”<sup>127</sup> de la calle Arenal. Hay libros en los escaparates de la calle de Atocha, “puestos de libros de viejo”<sup>128</sup> en la Cuesta de Moyano. Los escaparates de los comercios plantan un espacio cotidiano de “pequeñas tiendas de comestibles que [tienen] postigos de madera”<sup>129</sup>: “calles interminables con escaparates de maniqués de cera [...], pañerías de telas moradas para los hábitos religiosos de las promesas, peluquerías con bisoñés sobre calvas de pasta, la cerería de San Sebastián con sus velas rizadas, la catedral de las medias con su incitante pantorrilla iluminada [...]”<sup>130</sup>. También están presentes los mercados, como el de la Cebada. Desde el tranvía, que avanza con lentitud, se puede descifrar los letreros de las tiendas: “confitería la Inconquistable”, “Mercería La Violeta”, “Zapatería El zapato de Oro”<sup>131</sup>, que, aun siendo ficticios, son pinceladas sobre prácticas de consumo.

Dentro del espacio circunscrito de la ciudad, muy delimitada en todas las obras, se clausura una superficie más pequeña aún, en la que los movimientos se vigilan y acotan al máximo: la cárcel. La prisión de ventas constituye un escenario preponderante en *La voz dormida*. Allí, el espacio está fragmentado en estancias desapacibles: pasillos, galerías, puertas y celdas, un patio en el que dan vueltas las presas, y un “taller de costura en los sótanos de la prisión”<sup>132</sup>; una enfermería rudimentaria donde las presas comparten “los lechos de sábanas escasas en limpieza, y faltos de mantas”<sup>133</sup>. El locutorio es el lugar de aproximación de las reclutas al mundo exterior. Se compone de “una habitación con un pasillo central flanqueado por vallas tupidas y metálicas”, en la que entran varias presas a la vez. La barrera sólo permite un encuentro parcial, que se ve aún más entorpecido por la distancia medida, la vigilancia feroz y el cúmulo de voces de los unos y los otros, que se elevan en un desesperado intento de comunicación. Ese espacio de contacto traza una frontera entre el mundo abierto de la ciudad, y el recinto de la prisión. Pero ambos mundos se caracterizan por la falta de libertad, aunque ésa alcance su paroxismo en la cárcel. Miedo, privación y frustración caracterizan ese Madrid de la postguerra.

El espacio de la cárcel encuentra su contrapunto en un lugar deleitoso, los jardines, particularmente presentes en la prosa. Son el escenario de muchas prácticas sociales recogidas, con zonas abiertas y rincones más íntimos, protegidos por la vegetación. En

---

<sup>126</sup> *Beltenebros*, p. 58.

<sup>127</sup> “En tranvía” de Emilia Pardo Bazán, p. 40, en *Cuentos madrileños*.

<sup>128</sup> *Madrid de Corte a Checa*, p. 26.

<sup>129</sup> *Beltenebros*, p. 88.

<sup>130</sup> *Madrid de Corte a Checa*, p. 159.

<sup>131</sup> “El aprendiz de cobrador” de Ignacio Aldecoa, p. 138, en *Cuentos madrileños*.

<sup>132</sup> *La voz dormida*, p. 31.

<sup>133</sup> *La voz dormida*, p. 183.

## Turismo y representación espacial

PIÑEIRO MACEIRAS, M.L., CHAPUIS, L. Y RE, M. (EDS.)

la plaza de Oriente, se da una vuelta “al óvalo del jardín de acacias grandes”<sup>134</sup>. El Campo del Moro se pinta como “un juego de blancas terrazas, jardines con fuentes y estatuas y al fondo la luz de nieve de Guadarrama con unos azules de lejanía”<sup>135</sup>. El botánico, “este lujo vegetal que cambia con las estaciones”<sup>136</sup>. El Pardo. Los jardines del depósito del canal de Lozoya. La casa de Campo con sus “faisanes de oro, praderas cuidadas de conejos, y los puestos de estacas en los ojeos”<sup>137</sup>. Los jardines del Ministerio con “la estatua de mármol de Marte, los eucaliptos y los grandes cedros resinosos”<sup>138</sup>. Los “jardines polvorientos de la Virgen del Puerto, en el borde del Manzanares”<sup>139</sup>. El retiro es omnipresente, con sus barcas, el estanque, los cacahuetes tostados “nevados de sal”, los “eucaliptos regados”, los “niños jugando al aro”, “los bancos sombreados”, “la cuesta de verdes bambúes”, los bustos y estatuas<sup>140</sup>. La arquitectura más noble constituye también un atractivo en el paisaje urbano: el palacio de Oriente o palacio Real, el palacio de los Consejos, el palacio de los condes de Montijo, el palacio de Buenavista. Se evocan edificios bonitos: el Palacio de cristal, el Observatorio<sup>141</sup>, el Ateneo<sup>142</sup> y construcciones emblemáticas, como el viaducto viejo “de hierro, con su aire de bidón oxidado y mugriento, barandilla alta”<sup>143</sup>. El Manzanares, en cambio, tan sólo figura pálidamente en el escenario de las novelas estudiadas. Se habla del “borde corrompido del Manzanares”<sup>144</sup> y uno se mofa de su cauce: “no es un río; [sino] una carretera encharcada y llena de hierbas”<sup>145</sup>.

Los cafés representan un lugar de encuentro predominante, en una atmosfera de beber y compartir... El café de Fornos, el café Varela y otros imaginados se llenan de gente y humo en torno a la actualidad política y artística. El café es el lugar social por excelencia. Allí se encuentran los hombres para las tertulias y ese lugar de sociabilidad recreativa propicia la formación de las élites. En *Madrid de corte a checa*, por sólo citar un ejemplo, se muestra la importancia de este lugar de reunión para la maduración de las ideas revolucionarias. Cafés pero también tabernas, chocolaterías y cervecerías, bares y tascas con sus “[ambientes] trucados de azulejos, frascos cuadrados de vino y la rubia cabeza de un toro disecado”<sup>146</sup>.

Los espacios de ocio están muy ligados a la sociedad madrileña: salones de lectura, asociaciones diversas<sup>147</sup>, teatros. Se evoca el teatro del Museo, el teatro Alcázar, el Infanta Beatriz, el de la Comedia, el Apolo y el teatro Real, inaugurado en 1854, para el cual “se aseguraba, y parecía cierto, que en casi ninguna de las capitales europeas presentaba la sala [...] un aire de fiesta cortesana tan solemne como la ópera madrileña”<sup>148</sup>, aunque no sólo sirviese a fines operísticos puesto que también se

<sup>134</sup> “Mañana de Domingo”, de Alonso Zomora Vicente, p. 121, en *Cuentos madrileños*.

<sup>135</sup> *Madrid de Corte a Checa*, p. 18.

<sup>136</sup> “Madrid, otoño, sábado” de Joséfina Aldecoa, p. 148, en *Cuentos madrileños*.

<sup>137</sup> *Madrid de Corte a Checa*, p. 167.

<sup>138</sup> *Madrid de Corte a Checa*, p. 120.

<sup>139</sup> *Madrid de Corte a Checa*, p. 167.

<sup>140</sup> *Madrid de Corte a Checa*, p. 26-28.

<sup>141</sup> *Beltenebros*, p. 82.

<sup>142</sup> *Madrid de Corte a Checa*, p. 1-15.

<sup>143</sup> “Mañana de Domingo”, de Alonso Zomora Vicente, p. 122, en *Cuentos madrileños*.

<sup>144</sup> *Madrid de Corte a Checa*, p. 66.

<sup>145</sup> “El aprendiz de cobrador” de Ignacio Aldecoa, p. 139, en *Cuentos madrileños*.

<sup>146</sup> *Madrid de Corte a Checa*, p. 160.

<sup>147</sup> En *Madrid de Corte a Checa*, se habla de pasada del “Lyceum Club” femenino, asociación cultural feminista, del Círculo de Bellas Artes...

<sup>148</sup> *Las noches del Buen Retiro*, p.136.

organizaban fiestas aristocráticas, como “bailes de máscaras”<sup>149</sup>. El baile constituye también una distracción popular. En la cárcel de Ventas, las presas se distraen de esta manera, “unas cantan y otras bailan”<sup>150</sup>. En las fiestas, alguno que otro se marca “un *schotis* como los propios ángeles”<sup>151</sup>. La gente tiene aficiones taurinas (son “devoto[s] a Vicente Pastor”<sup>152</sup> “Belmonte y Gallito”<sup>153</sup>) y lúdicas: se apuesta en el Hipódromo.

La vida pública transcurre entre deambulaciones, verbenas, manifestaciones, ceremonias, procesiones y desfiles. En los días de fiesta, la gente sale del centro “para visitar los merenderos de la Bombilla, de las Ventas o de los Cuatro Caminos”<sup>154</sup>. En los carnavales, “la gente se [divierte] paseando en las carrozas por la Castellana, tirando serpentinas y confetis en los paseos y en los teatros”; en Semana Santa “[se oyen] sermones bastante malos”; “las muchachas [lucen] las mantillas y las peinetas en la calle de Alcalá”; en la fiesta del Dos de Mayo, en el Prado “sacaron viejos y jóvenes los primeros sombreros de paja”; “[Hace] calor en San Isidro y [llueve] los días de la verbena de San Antonio, como casi todos los años”<sup>155</sup>.

La mención de las tradiciones festivas y religiosas, y de los consecutivos ritos de apariencia revelan la magnitud de la vida pública. Madrid es una ciudad que se caracteriza por su intensa vida “hacia afuera”. El espacio urbano es percibido por un individuo sensible, se palpa según una perspectiva estática (café, bares, teatros, lugares privados...) pero sobre todo desde la movilidad, al ritmo lento del caminante.

### 3. LA RELACIÓN CON LA CIUDAD

Es la ciudad vivida e imaginada por los protagonistas que va fluctuando en función del estado anímico de éstos, de las circunstancias y de los acontecimientos que se producen. Lo que nos interesa es la relación entre el narrador, los protagonistas y los espacios urbanos que recorren, su visión del paisaje y de la sociedad madrileña. La imagen del lugar depende de la experiencia sensible.

En Madrid, las estimulaciones sensoriales son constantes. El autor está particularmente atento a los datos sensoriales, no sólo visuales, sino también sonoros, olfativos, táctiles y gustativos, y a su restitución, para sumergir al lector en el entorno de la novela. Mediante la escritura, se da forma a estos olores, colores, texturas y sabores, que no son sino rasgos definitorios de la ciudad.

Los sabores “expresados” en las obras se prueban a menudo fuera, en la calle. La gente se sustenta al filo de sus peregrinaciones o de sus encuentros. En el bar, se toma *vermouth*, “aceitunas *aliñas* que quitan el hipo”<sup>156</sup>, “merluza rebozada y callos a la madrileña”<sup>157</sup>, “carne de membrillo”<sup>158</sup>, “chocolate con churros”<sup>159</sup>, “perdices estofadas”<sup>160</sup>, “cañas y cócteles”<sup>161</sup>. En la postguerra, lo que se describe es el hambre. Se recogen incluso las migas de las mesas para venderlas. La gente ingenia platos, una

---

<sup>149</sup> “La dama de la rosa” de Pedro de Répide, p. 82, en *Cuentos madrileños*.

<sup>150</sup> *La voz dormida*, p. 183.

<sup>151</sup> “Uno, como hay muchos” de José Montero Iglesias, p. 65, en *Cuentos madrileños*.

<sup>152</sup> “Uno, como hay muchos” de José Montero Iglesias, p. 64, en *Cuentos madrileños*.

<sup>153</sup> “El hombre que se pasaba la vida en la Puerta del Sol” de Emiliano Ramírez Ángel, p. 99, en *Cuentos madrileños*.

<sup>154</sup> “Uno, como hay muchos” de José Montero Iglesias, p. 63, en *Cuentos madrileños*.

<sup>155</sup> *Las noches del Buen Retiro*, p. 196.

<sup>156</sup> “Uno, como hay muchos” de José Montero Iglesias, p. 66, en *Cuentos madrileños*.

<sup>157</sup> *Madrid, de corte a checa*, p.35.

<sup>158</sup> *Madrid, de corte a checa*, p.39.

<sup>159</sup> *Madrid, de corte a checa*, p.46.

<sup>160</sup> *Madrid, de corte a checa*, p.160.

<sup>161</sup> *Madrid, de corte a checa*, p.232.

imaginación prolífica suple a la escasez de ingredientes: “sopa y tortilla de cáscaras de pepino [...], ese milagro de tortilla sin huevo”<sup>162</sup>.

Pero el retrato sensorial de la ciudad se modela fundamentalmente con los otros sentidos. Para apropiarse la ciudad es imprescindible caminarla, pisar sus superficies, fijarse en sus asperezas o suavidades: palparla. El tacto está en la piel y “es un sentido complejo que comprende las sensibilidades al contacto, a la temperatura, al dolor, tantas modalidades sensoriales que pueden ser, bien sufridas, bien buscadas” (Sola, 2007: 1)<sup>163</sup>. El andar en la ciudad sitúa el cuerpo en una postura sensible: uno se fija en los detalles, en “las superficies lisas de las paredes”<sup>164</sup>. Los pies “resbalaban sobre la materia húmeda del suelo”<sup>165</sup>, “[pisan] las breves guirnaldas blancas de las acacias”<sup>166</sup>, o hacen por “no resbalar en la nieve”<sup>167</sup>. Fuera de las experiencias cotidianas, se retrata alguna situación más extrema mientras el narrador va caminando por las vías cerca de Atocha. Las líneas férreas irrumpen brutalmente en la prosa como en la ciudad; el autor conecta con el imaginario del XIX, y reutiliza la metáfora que compara la locomotora a un monstruo:

Caminé entre laderas de escorias y naves industriales guiándome únicamente por los raíles y los cables del tendido eléctrico, tropezando en las sombras, en las pendientes de grava, que sufrían un largo estremecimiento sísmico cada vez que pasaba un tren, repentino y temible como un látigo de luces<sup>168</sup>.

El contacto con esa parte de la ciudad es virulento, el entorno hostil. La ciudad está hecha de múltiples formas y texturas pero no todas se palpan, se quedan en impresiones táctiles. La vista acompaña el tacto cuando los narradores se fijan en las texturas, en lo tangible. La intrusión de metales en la morfología de los edificios y espacios les da un aspecto duro: “los retorcidos tallos de hierro de acero”<sup>169</sup>, “la negrura de las vigas metálicas”<sup>170</sup>, “las aristas de hierro”<sup>171</sup> y “la cortina metálica”<sup>172</sup>, todo estos elementos resultan fríos e incisivos. Si bien la atmosfera del metal produce un impacto negativo, otros elementos se tocan placenteramente “con los ojos” y El Botánico “[exhibe] su tesoro de hojas secas, transformadas en ricos tejidos: gasas amarillas, terciopelos tostados, rasos dorados, lanas rojizas a travesadas por nervios grises”<sup>173</sup>.

El sentido del tacto se moviliza en la relación del cuerpo a las temperaturas extremas del verano madrileño, “sofocante”<sup>174</sup>, por el calor que se abate sobre la ciudad. Es el “resol africano”<sup>175</sup>, resulta difícil “¡soportar los calores del verano!”<sup>176</sup>. La siesta se ve indispensable para sobrellevarlo y cuando uno despierta comprueba con alivio que “ya ha caído el sol [y] que la calle está recién regada”<sup>177</sup>. Pero es cuando la calle está recién

---

<sup>162</sup> *La voz dormida*, p. 66.

<sup>163</sup> Esta cita, al igual que las siguientes, han sido traducidas por el autor.

<sup>164</sup> “El perro de la obra” de Tomás Borrás, p. 104, en *Cuentos madrileños*.

<sup>165</sup> *Beltenebros*, p. 176.

<sup>166</sup> *Beltenebros*, p. 178.

<sup>167</sup> *La voz dormida*, p. 110.

<sup>168</sup> *Beltenebros*, p. 65.

<sup>169</sup> *Beltenebros*, p. 186.

<sup>170</sup> *Beltenebros*, p. 64.

<sup>171</sup> *Beltenebros*, p. 64.

<sup>172</sup> *Beltenebros*, p. 88.

<sup>173</sup> “Madrid, otoño, sábado” de Josefina Aldecoa, p. 148, en *Cuentos madrileños*.

<sup>174</sup> *Madrid de Corte a Checa*, p. 45.

<sup>175</sup> “El hombre que se pasaba la vida en la Puerta del Sol” de Emiliano Ramírez Ángel, p. 98, en *Cuentos madrileños*.

<sup>176</sup> “Uno, como hay muchos” de José Montero Iglesias, p. 65, en *Cuentos madrileños*.

<sup>177</sup> “Uno, como hay muchos” de José Montero Iglesias, p. 67, en *Cuentos madrileños*.

regada precisamente que el tranvía entra en ella y “se levanta un vaho sofocante que enturbia los ojos y deja en la boca un sabor agrio<sup>178</sup>”. De hecho, los más afortunados dejan Madrid en verano.

La vista nos proporciona información sobre formas, distancias, movimientos, tamaños y colores. Los colores, muy vinculados a la luz y las condiciones meteorológicas constituyen “una característica intrínseca de las sensaciones visuales que informan al individuo sobre su entorno físico” (Nguyen, Teller, 2013: 1). A través de los juegos de contrastes, se perciben mejor los contornos de los edificios. En las obras estudiadas, la cromática urbana se conforma fundamentalmente en torno al color ladrillo y blanco de los edificios, y el verde florido de los jardines. Cuando la noche cae, Madrid encierra luces y sombras, en función del alumbramiento callejero. Las zonas muy transitadas, como Alcalá, “[brillan] con sus luces<sup>179</sup>”, “lucen blancamente los grandes arcos voltaicos<sup>180</sup>”. En las zonas más reculadas, “el farol de gas [...] [brilla] mortecino en la esquina<sup>181</sup>”. En *Beltenebros*, la ciudad más moderna extiende sus carteles luminosos, “el neón verde pálido de los letreros de las tiendas y el resplandor hiriente de las carnicerías del pasaje Doré<sup>182</sup>”.

Pero el color de Madrid es a menudo el de la luz natural del sol que se proyecta en la ciudad y que fluctúa en función de las épocas: así los días del invierno madrileño pueden ser de “azul frío y compacto<sup>183</sup>” y sus noches “claras, frías y diáfanas<sup>184</sup>”. El invierno llega a ser duro, pueden caer “copos de nieve<sup>185</sup>” y “rachas de llovizna y granizo<sup>186</sup>”. “Los últimos fríos del invierno ceden el paso a la estación primaveral, y algo del fluido germinador flota en la atmósfera y sube al purísimo azul del firmamento<sup>187</sup>”. En verano, julio concretamente “las calles son blancas y cegadoras como platos, o negras y frescas como cuevas<sup>188</sup>”. En otoño, la ciudad temprana está envuelta de “una neblina tenue cuya transparencia [permite] adivinar las copas de los árboles<sup>189</sup>”. La luz natural que varía constantemente a lo largo del día proporciona unos crepúsculos de “luz violeta y rojiza<sup>190</sup>”.

Los autores juegan evidentemente con la simbología de los colores para pintar Madrid, cuya cromática es marcada por el estado anímico de los protagonistas. En *Beltenebros*, la historia transcurre en invierno. El protagonista experimenta un malestar durante toda su progresión en la ciudad. La meteorología difumina los colores (casi siempre oscuros) y los volúmenes de la ciudad. El entorno se reduce a formas geométricas, hasta el cielo gris, en determinada postura, se vuelve “un rectángulo tan preciso como el brocal de un pozo<sup>191</sup>”. El protagonista aterriza en Madrid en una noche de niebla que desdibuja las figuras humanas. Las voces de los pasajeros tampoco tienen claridad,

---

<sup>178</sup> “El aprendiz de cobrador” de Ignacio Aldecoa, p. 135, en *Cuentos madrileños*.

<sup>179</sup> *Las noches del Buen Retiro*, p. 160.

<sup>180</sup> “Los pirantes” de Azorín, p. 51, en *Cuentos madrileños*.

<sup>181</sup> *Las noches del Buen Retiro*, p. 242.

<sup>182</sup> *Beltenebros*, p. 187.

<sup>183</sup> *Madrid, de corte a checa*, p.96.

<sup>184</sup> “La dama de la rosa” de Pedro de Répide, p. 85, en *Cuentos madrileños*.

<sup>185</sup> *Las noches del Buen Retiro*, p. 242.

<sup>186</sup> *Beltenebros*, p. 58.

<sup>187</sup> “En tranvía” de Emilia Pardo Bazán, p. 37, en *Cuentos madrileños*.

<sup>188</sup> “El aprendiz de cobrador” de Ignacio Aldecoa, p. 135, *Cuentos madrileños*.

<sup>189</sup> “Madrid, otoño, sábado” de Josefina Aldecoa, p. 148, en *Cuentos madrileños*.

<sup>190</sup> *Beltenebros*, p. 187.

<sup>191</sup> *Beltenebros*, p. 178.

el conjunto de elementos alrededor es difuso, se experimenta un borrado de los rasgos distintivos de la ciudad:

El viento de Madrid era más frío que el de Roma. Breves rachas de llovizna y granizo asolaban los espacios horizontales del aeropuerto (...). Eran de niebla las voces, las miradas, los pasos, el tiempo trastornado de relojes, mi propia conciencia poseída por la soledad y la ficción. Estaba en Madrid, pero era preciso que no quedara tras de mí ninguna señal de mi llegada, que durante unos días mi presencia se disolviera en la ciudad hasta hacerme invisible igual que se disolvía ahora en los laberintos de la terminal, hasta tal punto que cuando busqué mi cara entre las que se reflejaban en las cristaleras de la cafetería no pude encontrarla, y cuando al fin la vi, muy pequeña y lejana, extraviada, banal, me pareció la de otro<sup>192</sup>.

El vacío interior del personaje contamina el espacio. La presencia humana no se detalla, la desolación atrapa a la gente que se reduce a un flujo de cuerpos. Gran parte de la novela transcurre por la noche lo que incrementa la uniformización del paisaje urbano. El espacio nocturno y nevado se torna duro, como la época franquista que está viviendo la ciudad. Madrid es subjetiva. El narrador sombrío, que vive en el exilio, se acongoja ante la ciudad tomada y realiza una proyección: las características objetivas del entorno se ven modificadas por el filtro de la actividad psicomotora y convertidas en conceptos psicológicos, aquí negativos (Lebois, 2003: 8). Se representan todos los espacios atravesados como lúgubres y angustiosos.

La percepción óptica se impone tanto a nosotros que quedan eclipsadas las otras cualidades sensoriales. El sonido, por ejemplo, es a veces complicado de describir. No obstante, tiene un gran poder evocador y participa de nuestra representación del espacio (Chételat, 2009: 8). El mundo urbano es audible y “los fenómenos auditivos, sean naturales o artificiales son significativos y reveladores de los particularismos locales” (Chételat<sup>193</sup>, 2009: 6). Madrid, sus calles, sus barrios, sus épocas tienen voz propia: en *Beltenebros*, el narrador se sorprende, cada vez que vuelve a Madrid, “de las voces tan altas de los bebedores acodados en las barras de cinc”.

En la descripción del flujo sonoro, quedan obviamente reflejados los sonidos urbanos que se convierten, por molestos, en ruido, y que son comunes a las ciudades de la época. En la estación de Atocha de *Beltenebros*, el ruido es discordante y se debe a la superposición del “el eco de los altavoces” y de los pájaros que “[chillan] bajo las bóvedas como gaviotas lejanas”<sup>194</sup>. Los vehículos contribuyen a la cacofonía ambiente: “el tranvía chirriante”<sup>195</sup>, “las campanas de los tranvías”<sup>196</sup>. En la Gran Vía, “se [oyen] timbres, gritos, bocinas y frenazos”<sup>197</sup>.

Tumbado en la oscuridad, cuando la vista se anula, el oído la suple, nutriéndose de los sonidos que, aislados en la noche, se perciben distintamente. En la inactividad nocturna, pocos se sobreponen y se oyen con mayor nitidez. Los objetos se despojan de su faceta visual y se descifran “los ruidos de la calle [...], los pregones repetidos”<sup>198</sup>, se está alerta a la vida que sigue discurriendo en el entorno cercano:

---

<sup>192</sup> *Beltenebros*, p. 58-59.

<sup>193</sup> El autor se apoya en el estudio de Granö (1929): *Pure geography*, Baltimore, London, The Johns Hopkins Univ. Press.

<sup>194</sup> *Beltenebros*, p. 64.

<sup>195</sup> *Madrid, de corte a checa*, p.39.

<sup>196</sup> “El hombre que se pasaba la vida en la Puerta del Sol” de Emiliano Ramírez Ángel, p. 98, en *Cuentos madrileños*.

<sup>197</sup> *Madrid, de corte a checa*, p.36.

<sup>198</sup> “Mañana de Domingo”, de Alonso Zomora Vicente, p. 125, en *Cuentos madrileños*.

Un borracho encendía un pitillo frente a San José y se oían en el silencio de la Cibeles, bajo el reloj iluminado de Correos, el borboteo de una boca de riego reventada y el silbido de los trenes de la estación del Mediodía (p.46).

El insomnio es un estado propicio a la recolecta sonora. En un tramo de muchas horas quietas, el oído percibe los sonidos, su eco, su finalización, se apropia del contenido sonoro nocturno. El protagonista de *Las noches del Buen Retiro* se conoce “todos los ruidos del barrios, el canto de los gallos a la madrugada, el paso de los carros de los basureros, el grito de los vendedores ambulantes, la campana lejana de la iglesia, la voz de los que [anuncian] los periódicos”<sup>199</sup>. A las 7 de la mañana, “en el adoquinado de la calle se [oye] el galope plebeyo del caballo de un lechero y los traperos [removiendo] un montón de basura”<sup>200</sup>. Al levantarse, asomado a una ventana cuando la ciudad está recién despierta, se escucha “el piar de los pájaros, oscurecido apenas por el ruido de los escasos coches que [circulan] a esa hora del sábado por el paseo del Prado”<sup>201</sup>.

El domingo de primavera tiene su sonido a mediodía, es el “bullicio”, “el gentío que hierve en las aceras, el rápido cruzar de los coches [...] y en todas las casas del barrio se oye el choque de platos, nuncio del almuerzo”<sup>202</sup>. Durante el verano, “suena una copla o vibra la melancolía de un pregón [...], canta un canario, y en la cocina llora el chorro de la fuente, abierta para que el agua corra y esté fresca”<sup>203</sup>.

Los sonidos pueden ser tan dispares como las campanas conventuales que tienen “algo de lúgubre sonando en el ambiente de la alta noche”<sup>204</sup>, los gritos de los vendedores de periódicos<sup>205</sup>. Más difusos, los sonidos se convierten en “el rumor de la ciudad”<sup>206</sup>, “los rumorosos árboles del paseo del Retiro”, el “rumor confuso e inconfundible”<sup>207</sup> de la “sonora [y] bullente”<sup>208</sup> Puerta del Sol. En la cárcel de Ventas, las mujeres se dejan particularmente guiar por los sonidos: el de los pasos de la guardiana que “resuenan en la galería”<sup>209</sup>, del “sonido metálico y creciente de las llaves [que] se suma al ruido de la puerta al abrirse”<sup>210</sup>. El estar castigado, significa el no-sonido, la imposición del silencio en la “celda de aislamiento”<sup>211</sup>. La identidad de la ciudad es sonora pero también olfativa.

Los olores constituyen también marcas ambientales de la ciudad y son parte de la relación entre el individuo y los lugares madrileños. Los protagonistas se muestran sensibles a los olores corporales. Sensual y placentero, es el olor de la gente elegante en la plaza de Oriente: “había mucha fragancia en el aire, y las mujeres, con el cuello y los brazos desnudos, embriagaban el ambiente de voluptuosidad”<sup>212</sup>. Las percepciones y descripciones olfativas inciden en la consciencia de una diferencia entre dos tipos de olores colectivos que participa de una simplificación discriminatoria: las clases

---

<sup>199</sup> *Las noches del Buen Retiro*, p. 231.

<sup>200</sup> *Madrid, de corte a checa*, p.113.

<sup>201</sup> “Madrid, otoño, sábado” de Joséfina Aldecoa, p. 148, en *Cuentos madrileños*.

<sup>202</sup> “En tranvía” de Emilia Pardo Bazán (p. 40), en *Cuentos madrileños*.

<sup>203</sup> “Uno, como hay muchos” de José Montero Iglesias, p. 67, en *Cuentos madrileños*.

<sup>204</sup> “La dama de la rosa” de Pedro de Répide, p. 85, en *Cuentos madrileños*.

<sup>205</sup> “El hombre que se pasaba la vida en la Puerta del Sol” de Emiliano Ramírez Ángel, p. 96, en *Cuentos madrileños*.

<sup>206</sup> *Beltenebros*, p. 156.

<sup>207</sup> “El hombre que se pasaba la vida en la Puerta del Sol” de Emiliano Ramírez Ángel, p. 99, en *Cuentos madrileños*.

<sup>208</sup> “El hombre que se pasaba la vida en la Puerta del Sol” de Emiliano Ramírez Ángel, p. 99, en *Cuentos madrileños*.

<sup>209</sup> *La voz dormida*, p. 30.

<sup>210</sup> *La voz dormida*, p. 30.

<sup>211</sup> *La voz dormida*, p. 48.

<sup>212</sup> “La casa vieja” de Emilio Carrere, p. 71, en *Cuentos madrileños*.

adineradas huelen bien, las populares mal. El tranvía que va por el barrio de Salamanca está reluciente y “en vez del olor chotuno que suele exhalar los cargamentos de obreros allá en las líneas del Pacífico y del Hipódromo, vagan por la atmósfera del tranvía emanaciones de flores, vaho de cuerpos limpios y brisas del iris de la ropa blanca”<sup>213</sup>. Los olores de la ciudad pueden ser agresivos y producir rechazo: El pasaje Doré “olía a pescado y a vísceras”<sup>214</sup>. En el mercado, hay “un hedor repugnante y sensual de fruta y carne, de pescado y embalajes”<sup>215</sup>. En alguna parte de la ciudad predomina “un olor difuminado y rancio a cañería y almacén, a portal húmedo, a casa de huéspedes para viajeros pobres”<sup>216</sup>. La pestilencia de la estación de Atocha agrade al viajero: “no había ni un solo lugar de la estación que no oliera a humo agrio de tabaco y a ropa sudada y maltratada en las noches de los trenes y en las salas de espera”<sup>217</sup>.

En cambio, los jardines constituyen un contrapeso a lo urbano. En el Hipódromo, se desprende “un fresco olor a césped de los concursos hípicas”<sup>218</sup>; en el Pardo, el “perfume de los tomillos”<sup>219</sup>. En contraposición el resto de las zonas ruidosas urbanas, el jardín ofrece un cobijo en el que el cielo se abre y la naturaleza dominada se expresa:

Al desembocar en una calle que las farolas blancas y la ausencia de tráfico hacían más ancha vi frente a mí una ladera densa de árboles en cuya cima sobresalía la cúpula de un templo circular. De repente la ciudad era otra, más dilatada y silenciosa, íntima como un bosque sagrado, porque de la colina me llegaba un olor a vegetación y tierra húmeda<sup>220</sup>.

El olor de la naturaleza es un olor placentero que genera bienestar. La naturaleza artificial del jardín cumple con su función de pulmón, es un lugar en el que se vive y siente intensamente. El jardín acapara el olfato, es un lugar de respiración.

La subjetividad sensible marca la caracterización de la ciudad y cada personaje tiene su propia relación al espacio. No obstante, se observan parecidos descriptivos. El Madrid finisecular y de principios del XX enseña un rostro cambiante pero siempre grato. Se incide particularmente en la importancia de las instituciones culturales, en los encuentros de los intelectuales, en las tertulias apasionadas: se pone de relieve un Madrid bullicioso, inquieto y humano. La dictadura franquista impone, en cambio, límites en las prácticas sociales y las deambulaciones de los personajes son iniciadas por motivos profesionales, políticos o familiares. La necesidad guía los pasos de una sociedad sin ocio. Los movimientos de los personajes son medidos y circunspectos. La ciudad es tensión, no propicia la plena interacción de los personajes con el entorno.

#### **4. CONCLUSIÓN**

El individuo literario transita por las calles, plazas y parques, se desplaza con una actitud favorable a la observación, está a la escucha del entorno, se muestra dispuesto al encuentro y a dejarse llevar por los sentidos. Está receptivo a todos los estímulos, a veces incluso a su pesar. Se detiene, mira, huele, oye y describe, con palabras,

---

<sup>213</sup> “En tranvía” de Emilia Pardo Bazán, p. 39, en *Cuentos madrileños*.

<sup>214</sup> *Beltenebros*, p. 176.

<sup>215</sup> “El aprendiz de cobrador” de Ignacio Aldecoa, p. 137, en *Cuentos madrileños*.

<sup>216</sup> *Beltenebros*, p. 89.

<sup>217</sup> *Beltenebros*, p. 64.

<sup>218</sup> *Madrid de Corte a Checa*, p. 119.

<sup>219</sup> *Madrid de Corte a Checa*, p. 35.

<sup>220</sup> *Beltenebros*, p. 82.

fragmentos, visiones de la ciudad. Aunque cree y lleve dentro su propia imagen, aunque proyecte sus propias emociones, existe una coincidencia entre su imagen de la ciudad y la de sus contemporáneos. En efecto, “la significación de los lugares depende de los valores creados por la sociedad, por lo que es importante subrayar la carga cultural inherente a cualquier asentamiento humano”. (Lebois, 2003: 9). Si bien la percepción de un entorno está vinculada a los valores sociales que se le atribuye, nuestras representaciones provienen de referentes culturales (Marry, Arantes, 2012: 14), son influenciadas por las producciones artísticas y literarias: cuadros, fotografías, piezas de música u obra literaria...todo participa de nuestra construcción de la ciudad. La ciudad no permanece ajena a lo que dicen de ella; de esta manera, al igual que los escritores se alimentan de las historias urbanas para crear las suyas, recíprocamente, éstas frescas, adornadas de imaginación, se proyectan en la tela urbana. La escritura deja sus huellas en la materia urbana.

### REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

DE TERÁN TROYANO, F. (1999): *Historia del urbanismo en España III. Siglos XIX y XX*. Madrid, Cátedra.

CHÉTELAT, J. (2009) : “La figuration cartographique de l’espace sonore”, *Images Re-vues* [En línea], puesto en línea el 21 de abril de 2011, consultado el 9 de octubre de 2013. URL : <http://imagesrevues.revues.org/437>

LEBOIS, V. (2003) : “Habitants et architectes : des créateurs d’images”, *Labyrinthe* [En línea] puesto en línea el 24 de julio de 2008, consultado el 30 de noviembre de 2013. URL : <http://labyrinthe.revues.org/470>

MARRY, S./ARANTES, L. (2012) : “Variations des représentations et perceptions d’espaces publics sonores ordinaires selon les formes urbaines”, *Cybergeo : European Journal of Geography* [En línea], Aménagement, Urbanisme, documento 582, puesto en línea el 27 de enero de 2012, consultado el 20 de octubre de 2013. URL : <http://cybergeo.revues.org/25044>; DOI: 10.4000/cybergeo.25044

NGUYEN, L. / TELLER, J. (2013) : “La couleur dans l’environnement urbain”, *Ambiances* [En línea], Environnement – Modélisation – Caractérisation, puesto en línea el 18 de agosto 2013, consultado el 09 de octubre de 2013. URL: <http://ambiances.revues.org/365>

SOLA, C. (2007) : “Y a pas de mots pour le dire, il faut sentir”, *Terrain*, nº 49 [En línea], puesto en línea el 15 de septiembre de 2011, consultado el 17 de octubre de 2013. URL : <http://terrain.revues.org/5841>

### LIBROS ESTUDIADOS:

Pío BAROJA: *Las noches del Buen Retiro*. Ediciones, Barcelona, Orbis, S.A., 1982.

Agustín DE FOXÁ: *Madrid, de Corte a checa*. Madrid, Editorial Prensa Española, 6ª edición, 1973.

Antonio MUÑOZ MOLINA: *Beltenebros*. Barcelona, Editorial Seix Barral, S.A., 5ª edición, 1989.

*Cuentos madrileños*. Madrid, Edición a cargo de José Montero Padilla, Editorial Castalia, 2002.

Dulce CHACÓN: *La voz dormida*. Madrid, Alfaguara, Santillana Ediciones Generales, S.L., 8ª edición, 2003.

## ESPACIOS DE RECLUSIÓN, ESPACIOS DE CREACIÓN LITERARIA

*Matteo RE*

Universidad Rey Juan Carlos

[matteo.re@urjc.es](mailto:matteo.re@urjc.es)

### **Resumen**

Son muchos los escritores que han pasado una parte de sus vidas entre rejas. Algunos de ellos, incluso han logrado la inspiración necesaria para producir algunas de sus mejores piezas literarias justamente durante su periodo de cautiverio. Pero al margen de los grandes literatos, hay un fenómeno literario que en Italia ha suscitado un gran interés en los últimos años y ha creado polémicas. Se trata de las publicaciones realizadas por algunos exterroristas italianos que actuaron durante los años setenta y ochenta ensangrentando el país. Lejos de evaluar desde un punto de vista moral dichas producciones, lo que nos interesa aquí es analizar la manera en la que estos escritores han analizado y descrito su estancia en la cárcel.

**Palabras clave:** literatura, escritores, terrorismo, Italia

### **Abstract**

There are so many writers who have spent a part of their life in prison. Some of them, even managed to be inspired to write one of the most important literary pieces precisely during their captivity. But apart from the greatest writers, there is a literary phenomenon that caused a lot of controversy in Italy. We are referring to a particular case: ex terrorists, who attacked the Italian republic during the seventies and eighties. Far from judging those books in a moralistic way, what we are interested in is how ex terrorists described their years in jail.

**Key words:** literature, writers, terrorism, Italy

## 1. INTRODUCCIÓN

En la literatura medieval la prisión se había convertido en la alegoría del enamorado cuyo corazón estaba enjaulado. En esa visión el enamorado sufría las penas de un amor muchas veces no correspondido. Durante el siglo XV en España florece la novela sentimental, influenciada de manera directa por el renacimiento italiano, especialmente por Boccaccio, y también por los libros de caballerías. Diego de San Pedro escribió la *Cárcel de amor* en cuyo título ya se vislumbra el estado de ánimo del enamorado. Se trataba de una forma de amor más bien consagrada a la sumisión, alejada pues de cualquier sensación de plenitud interior que no fuera el gozo exclusivo de la mujer amada. Sin embargo hay otro tipo de escritura vinculada con la cárcel que se aleja completamente de lo alegórico para acercarse a lo concreto; la verdadera detención, la privación de la libertad que inspira la redacción de textos de diferente naturaleza.

La necesidad que los detenidos tienen de mantenerse en contacto con el mundo exterior les convierte en su totalidad en escritores. Pueden ser autores de cartas dirigidas a sus seres queridos, de memorias autobiográficas o de libros pensados para un público más amplio. La mayoría de las veces se trata de un simple ejercicio literario que se queda aislado en los muros del penitenciario, pero no son pocas las obras que han logrado salir de ese espacio de reclusión y atraer a un amplio público de lectores.

Detrás de las frías paredes de una prisión, la escritura de misivas se convierte en un aliciente para que el condenado pueda seguir adelante. Además, muchas veces se trata de la única manera para no perder el contacto con quien está en libertad. Como sabemos, las visitas no son frecuentes ya que el permiso no es muy sencillo de obtener, especialmente cuanto más nos alejemos del vínculo familiar entre detenido y visitante<sup>221</sup>.

Es posible clasificar todo el conjunto de cartas entre correspondencia bidireccional y correspondencia unidireccional. En el primer caso, nos referimos al tradicional intercambio de misivas, lo que se suele llevar entre familiares o amigos: un detenido que escribe una carta a un ser querido y éste le contesta (no olvidemos que en una prisión muchas veces hay que pasar unos criterios de censura a la hora de enviar o recibir una misiva). Esta práctica no difiere en casi nada (la única diferencia real es el grado de libertad en el contenido) de las cartas tradicionales. La comunicación unidireccional es un fenómeno más curioso y quizás más complicado de entender, especialmente desde un punto de vista psicológico. Se dan casos de detenidos que reciben cartas escritas por desconocidos. Lo más sorprendente es que cuanto más peligroso sea el criminal, peores hayan sido sus delitos, más cartas recibirá. En algunos casos las misivas llevan insultos o amenazas, como en el caso del asesino de John Lennon, Marc David Chapman; otras veces contienen frases de admiración y solidaridad con el criminal. Valga como ejemplo el de Charles Manson, fundador, en

---

<sup>221</sup> La legislación sobre el sistema carcelario cambia de país a país. En España están permitidas comunicaciones personales en locutorios del centro penitenciario con familiares acreditados y amigos previamente autorizados. La duración es de veinte minutos, acumulables e una sola visita de cuarenta minutos los fines de semanas por un máximo de cuatro personas a la vez. También existe la comunicación familiar, es decir la posibilidad de ver a los parientes más próximos una vez al mes durante tres horas y media en un lugar especialmente acondicionado para ello. Las comunicaciones íntimas para parejas están también permitidas. Su duración oscila entre una y tres horas y se lleva a cabo en habitaciones donde está asegurada la intimidad de la pareja. Véase *La prisión paso a paso*, folleto informativo editado por el Ministerio del Interior, Secretaría General de Instituciones Penitenciarias, Gobierno de España, 2010.

los años sesenta, de una secta llamada “la familia” y condenado a cadena perpetua por asesinato y por instigación a ello. El delito más conocido perpetrado por sus acólitos fue el homicidio de Sharon Tate, mujer de Roman Polanski, y sus invitados en su residencia en el número 10050 de Cielo Drive en Beverly Hills. Era el 6 de agosto de 1969, y la matanza se llevó a cabo de una manera muy salvaje. Sharon Tate, embarazada de ocho meses, recibió dieciséis puñaladas; también las seis personas presentes en ese lugar fueron abatidas. El móvil del múltiple asesinato sigue poco claro todavía hoy, aunque probablemente tuvo que ver con el rodaje de la película *Rosemary’s Baby*, que Polanski estaba llevando a cabo y cuyo tema central era la práctica del satanismo entre la élite norteamericana. Charles Manson, que no estaba presente en el lugar del crimen, fue acusado de ser el inspirador de los hechos y condenado a cadena perpetua. Tras su detención, saltó a la fama gracias también a todo el espacio que los medios de comunicación norteamericanos le dedicaron. Su atractivo estaba basado en una especie de belleza maldita vinculada también con su espíritu rockero. Recibió un elevado número de cartas. De hecho, se considera como uno de los detenidos que más correspondencia recibe todavía hoy en día. Los autores de esas misivas son fanáticos de todo el mundo o simplemente personas que han recibido la fascinación de ese gurú satanista. Su historia macabra inspiró incluso a un músico como Marilyn Manson cuyo nombre es el resultado de la mezcla entre Marilyn Monroe y Charles Manson y al que el asesino en serie envió una misiva amenazante en septiembre de 2012<sup>222</sup>.

## **2. ENTRE LITERATURA Y POLÍTICA**

A parte de la correspondencia que acabamos de analizar, las cartas se han convertido también en documentos literarios y políticos. Las *Cartas desde la cárcel* escritas por Antonio Gramsci durante su larga detención (1926-1937) en pleno periodo fascista italiano son un claro ejemplo de documentos políticos que posteriormente han sido objeto de estudio y análisis, además de haber inspirado el dogma comunista en Italia. “Hoy se puede leer a Gramsci como se lee a un clásico y las cartas que escribió desde la cárcel como un documento histórico de la tragedia del comunismo del siglo XX, como el testimonio de una resistencia que durante décadas hizo a muchos mejores, como una página del libro blanco de un ideal” dice Francisco Fernández Buey en el prólogo al libro del fundador del Partido Comunista Italiano reeditado en España en 2012 (Gramsci, 2010). Italo Calvino opina que “las nuevas generaciones lo leerán como un libro de memorias. Y del libro de memorias y de la gran novela posee la amplitud, el entrecruzarse de mundos y filones”; según Benedetto Croce “el libro pertenece incluso a quien es de otro y opuesto partido político”, quitando así a la obra de Gramsci el sectarismo que algunos le querían otorgar. Pero el de Gramsci no fue un caso aislado. Famosa es también la *Carta desde la cárcel de Birmingham* (Alabama) escrita por Martin Luther King el 16 de abril de 1963. El líder del Movimiento por los Derechos Civiles en Estados Unidos se encontraba detenido tras liderar una protesta no-violenta en contra de la segregación racial. En esa carta defendía la necesidad de una acción directa por parte de la población interesada, sin la necesidad de una mediación por parte de la política. Establecía que “uno tiene la responsabilidad moral de desobedecer las leyes injustas”.

En un contexto más italiano, tenemos que citar las cartas que el líder de la Democracia

---

<sup>222</sup> Véase *Charles Manson envía una carta a Marilyn Manson desde la cárcel*, ABC, 24-IX-2012.

Cristiana, Aldo Moro, escribió a sus compañeros de partido, pero sobre todo a su mujer y a su familia, durante su secuestro. Las Brigadas Rojas, grupo terrorista marxista-leninista, lo mantuvo encerrado en una “cárcel del pueblo” del 16 de marzo al 9 de mayo de 1978, pasado ese periodo lo fusilaron. En las misivas enviadas a los demás militantes democristianos se percibía su esfuerzo para salvar su vida. En esas hojas el estadista llevaba a cabo unas negociaciones complicadas en las cuales se mezclaba la necesidad de salvar al Estado y la *pietas* humana de no abandonar a un hombre a un destino cruel e injusto. Sabemos que Aldo Moro no triunfó en su intento de salvarse y en su última carta dirigida a su partido acusaba a sus ex compañeros de ser también culpables de su inminente ejecución<sup>223</sup>. El intercambio de misivas con su mujer y su familia era mucho más íntimo, y en él se divisaba al hombre y al padre de familia y no al político<sup>224</sup>.

Los ejemplos de hombres políticos que escribieron desde la cárcel son largos, especialmente si nos alejamos del mundo occidental. Pero como ejemplos más emblemáticos citaremos a dos antagonistas: a Adolf Hitler, que redactó el *Mein Kampf* en 1924 mientras se encontraba en el penitencinario de Ladsberg y a Dietrich Bonhoeffer, pastor luterano que luchó contra el nazismo, una vez encarcelado por el régimen en el mes de abril de 1943, que escribió *Resistencia y sumisión*, publicación cargada de sentimiento político, que vio la luz póstuma ya que su autor fue ejecutado antes de que terminara la Segunda Guerra Mundial.

Nelson Mandela escribió una autobiografía utilizando un diario que le regaló un amigo y aprovechándose de unas anotaciones hechas en las páginas de unos calendarios de escritorio cuando se encontraba en su periplo por las cárceles de Robben Island, Pollsmoor y Victor Vester. Esa autobiografía fue publicada bajo el nombre de *El largo camino hacia la libertad* una vez que salió de prisión. Ho Chi Minh, que además de político era poeta, durante el periodo de reclusión entre 1942 y 1943 escribió un libro de poesías titulado *Diario desde la cárcel* (Garavito, 1995: 492-501).

En el mundo de los novelistas, no fueron pocos quienes engendraron sus obras en la oscuridad de sus celdas. Tenemos ejemplos ilustres como Cervantes, quien concibió el Quijote en la cárcel de Argamasilla de Alba, tal y como él mismo reflejó en el prólogo de su obra:

¿qué podía engendrar el estéril y mal cultivado ingenio mío, sino la historia de un hijo seco, avellanado, antojadizo y lleno de pensamientos varios y nunca imaginados de otro alguno, bien como quien se engendró en una cárcel, donde toda incomodidad tiene su asiento y donde todo triste ruido hace su habitación?

Oscar Wilde escribió el *De profundis* en la cárcel de Reading, el Marqués de Sade redactó *Justine y los infortunios de la virtud* cuando se encontraba preso en la Bastilla en 1787, el provocador Jean Genet, cuya infancia fue tremendamente difícil (de padre desconocido y madre prostituta, adoptado, ladrón desde muy temprana edad), pasó por varias cárceles y se creó (a veces de manera artificial) la imagen de marginado. En

---

<sup>223</sup> Una de las cartas más famosa escritas por Aldo Moro durante su cautiverio y enviada a Benigno Zaccagnini, secretario de la Democracia Cristiana, se concluye advirtiendo que su sangre caerá en cima de ellos. El presidente democristiano quería de esa manera dejar claro que, aún encontrándose en manos de unos terroristas, la responsabilidad de su posible muerte no era únicamente reconducible a esos criminales, sino también a sus compañeros de partidos, culpables de no haberse empeñado para lograr su liberación (Tassini, 2003, pág. 25).

<sup>224</sup> La carta más conmovedora que Aldo Moro escribió a su mujer fue la última, cuando ya sabía que era casi imposible que salvara su vida. En ella, en las líneas finales, dice: “me gustaría entender, con mis pequeños ojos mortales, como nos veremos en el más allá. Si hubiera luz sería maravilloso. Amor, llévame siempre contigo y mantenme a tu lado” (Tassini, 2003, pág. 47).

*El milagro de la rosa* describe su estancia en el penitencinario de La Santé de París. Si lo comparamos con las demás producciones de este tipo, la novedad más evidente, o simplemente más original, reside en la aparición del sexo de manera explícita. Genet, homosexual, en las páginas de su novela detalla sus deseos hacia los demás detenidos y lo hace de una manera bastante elocuente y muy descriptiva. La esfera sexual, en la mayoría de los demás detenidos/escritores está casi siempre ausente. Es posible encontrarse con páginas dedicadas a algún amor lejano, a unos sentimientos de cariño hacia otra persona, a las penas causadas por la ausencia de un ser querido al que no se volverá a ver en mucho tiempo, pero el sexo de manera evidente no es representado en este tipo de producción literaria. La génesis de la novela de Genet es también bastante curiosa. Para su redacción el autor utilizó unos pedazos de papel robados de los talleres de la prisión. El estilo es extremadamente autobiográfico, pero al mismo tiempo busca una mitificación del delincuente al convertirle, con el paso de las páginas, en héroe. El mundo de Genet es un mundo al revés, en el que lo más sórdido se convierte en lo habitual, en lo normal, en el modelo a seguir. Lo marginal, lo feo, lo denigrante, se convierten en belleza.

Fiodor Dostoievski escribió *Memorias de la casa muerta* mientras se encontraba en Omsk (Siberia) condenado a trabajos forzados por actividades antigubernamentales<sup>225</sup>; Álvaro Mutis redactó en *Diario de Lecumberri* su estancia en la homónima cárcel mejicana.

Algunos poetas también escribieron sus obras durante su periodo de reclusión. Miguel Hernández, por ejemplo, terminó el *Cancionero y Romancero de ausencias* durante sus múltiples detenciones por España antes de morir en 1942 en la prisión de Alicante. Ezra Pound compuso una parte de su inmensa obra *Cantos* en la cárcel de Pisa. El poeta, que había apoyado el fascismo italiano, una vez encarcelado Mussolini en 1943, había sido apresado. Permaneció seis meses en el penitencinario de Pisa y allí escribió los que se denominarían los *Cantos Pisanos*. Una vez terminada la Segunda Guerra Mundial, Pound fue internado de por vida en un hospital psiquiátrico, única alternativa a la pena de muerte por traicionar a su país.

Paul Verlaine estuvo 18 meses encerrado en la cárcel de Mons (Bélgica) por haber disparado a su amante, Arthur Rimbaud, tras una pelea cuyo desencadenante fueron los celos. “Verlaine fue un hombre enjaulado desde el primer día de su vida hasta su muerte. Fue prisionero de la neurosis de su madre, de su propia fealdad, de un contexto político que hizo que todo estuviera paralizado. Fue un torturado, un maldito”, sostuvo Jean-Pierre Guéno, curador de la exposición Verlaine Emprisonné organizada a principio de 2013 en el Musée des Lettres et Manuscrit de París y que recogía los manuscritos de las poesías que el poeta había escrito durante su detención. Y de esa prisión permanente nacieron unos de los versos más bellos de toda la poesía del siglo XIX.

### **3. SIN ÁNIMO DE INTERÉS LITERARIO**

El listado de poetas, novelistas, filósofos, pensadores que escribieron una parte de sus obras durante su periodo de detención podría extenderse aún más: Zenón de Elea, Sócrates, Silvio Pellico son solo algunos de ellos. Pero alejémonos de la producción

---

<sup>225</sup> La pena había sido conmutada a los trabajos forzados, pero en un principio el escritor fue condenado a muerte. Era el año 1949 y cinco años más tarde, gracias a una amnistía decretada por el Zar Alejandro II, pudo volver a ser un hombre libre.

“alta”, para sumergirnos en aquella producción literaria impulsada por un tipo de detenidos/escritores menos conocidos, que nunca llegarán a ser considerados grandes literatos, pero que consiguieron publicar sus memorias. En mis investigaciones he analizado a las publicaciones de exterroristas italianos. Se trata de una elección obligada por dos razones: por una parte porque me ocupo desde hace años de analizar el terrorismo en Italia durante las décadas de los setenta y ochenta y por otra parte porque un fenómeno literario de este tipo se dio prevalentemente en el país transalpino. Nos referimos a un insólito interés por parte de editores hacia una producción que podría levantar polémicas. Dar voz a unas personas condenadas por actos terroristas para que cuenten sus años pasados en la cárcel y lucrarse con esas historias no parece éticamente encomiable, pero a nosotros nos interesa el lado literario, nos llama la atención la manera con la que estas personas describen su detención.

La elección de este perfil de detenido/escritor no es casual. Se trata de personas que cumplen (o han cumplido) una larga detención, todos pasan (o han pasado) muchos años en prisión acusados del mismo delito (sin importar la orientación ideológica del grupo terrorista al que pertenecieron), casi todos ya están en libertad o gozan de beneficios de semilibertad, muchos de ellos han logrado atraer la atención de los editores y lanzar un género literario desconocido en la mayoría de los países del mundo. Más de una decena de ex terroristas italianos han publicado al menos un libro; la mayoría de ellos, en sus páginas, cuentan de manera autobiográfica su vida en la cárcel. El nivel literario, estilístico, de estas obras no es elevado, pero lo que nos interesa no es la calidad de los escritos sino su contenido en el momento de describir una larga detención producida por unos delitos comprobados<sup>226</sup>.

En Italia, desde finales de los años sesenta y hasta mediados de los ochenta, se vivió un delicado periodo caracterizado por la proliferación del terrorismo que acompañaba una crisis económica preocupante. El legado de 1968, con sus aires libertarios y las efímeras conquistas juveniles que hacían pensar erróneamente en una sociedad más justa, se arrastraron hasta bien entrados los setenta evidenciando una aguda crisis social. La política no lograba dar respuestas concretas a las preguntas de una sociedad que estaba cambiando con rapidez: un nuevo concepto de familia, unas nuevas exigencias educativas, la crisis de los dogmas religiosos, eran solo algunos de los muchos cambios a los que se tenía que enfrentar la clase política de la época. Pero la política estaba pasando por un periodo complicado; los gobiernos presididos por la Democracia Cristiana eran cada vez más débiles y de menor duración, la experiencia del centro-izquierda en la que al lado de los democristianos estaban los socialistas iba perdiendo fuerza tras una década de desgaste. El periodo de bonanza económica que había comenzado a finales de los años cincuenta ya se estaba apagando, el denominado “milagro económico” había paulatinamente cedido el paso a una crisis que comenzó en 1973 y que se prolongó a lo largo de varios años.

La violencia en algunas ciudades italianas había comenzado ya en 1968, durante las protestas de los estudiantes de las principales universidades del país, pero fue

---

<sup>226</sup> Nos referiremos a exterroristas italianos debido a que son los únicos que encontraron editores dispuestos a publicar sus escritos. Éste es un fenómeno típicamente italiano, que no aparece en otros países. En España tenemos solo un ejemplo de terrorista que se dedicó a la escritura, y con buenos resultados. Se trata de Joseba Sarrionandía, galardonado con el Premio Euskadi de Ensayo en 2011 concedido por el Gobierno Vasco (lo que levantó muchas polémica ya que preveía 18.000 euros), cuando llevaba desde 1985 fugado de España. Véase *El Gobierno Vasco premia con 18.000 euros a un etarra prófugo desde 1985*, ABC, 4-X-2011.

umentando de intensidad y de virulencia con el paso de los años. A los estudiantes se habían sumado los trabajadores. Cuando de la espontaneidad se pasó a la organización la inocencia se perdió. Ya no se trataba de unas pocas personas aisladas que durante una huelga lanzaban piedras contra la policía. Los ataques se hacían cada vez más mirados y contundentes. De la violencia callejera se pasó a la lucha armada. Se calcula que en Italia durante los que se denominarían “años de plomo” hasta 24 organizaciones de extrema izquierda y 4 de ultra derecha mataron por lo menos a una persona (Zavoli, 1995: 476-477). El total de muertos en ataques terroristas fueron 333 (Manconi, 2008: 23).

La oleada de violencia duró casi dos décadas, pero ya a finales de los ochenta, la casi totalidad de los terroristas o estaba encarcelada o había abandonado el país. Tras años de detención algunos exterroristas comenzaron a publicar sus memorias. Al principio se trataba de libros de entrevistas realizadas por periodistas italianos. El ejemplo más destacado es *Brigate Rosse, una storia italiana*, donde Rossana Rossanda y Carla Mosca entrevistaron en 1994 al ex líder brigadista Mario Moretti, cuando se encontraba en la cárcel condenado a cadena perpetua por asesinato y pertenencia a banda armada. Con el paso del tiempo, al periodo de la militancia cedió camino el recuerdo de la detención. Este cambio se debió, entre otras cosas, a que contar lo que ocurrió en la cárcel era menos comprometedor que describir los sucesos del periodo de pertenencia activa a la organización armada. Desde un punto de vista literario, ese giro modificaba la actitud del escritor y su obra; se pasaba de una visión comunitaria, grupal, a una descripción más íntima e introspectiva (aunque como veremos hay diferentes matices en este cambio).

#### **4. LA PALABRA PARA HUIR DE LA REALIDAD**

Los textos examinados tienen en común el hecho de que narran experiencias autobiográficas, cada uno expresa la voluntad de retomar su yo, una necesidad de entregar un testimonio que no ha sido resquebrajado por la condición de aislamiento en la que se encuentra el detenido.

El tiempo parece no existir en la cárcel. Casi nunca hay referencias a la actualidad, a la vida real, a lo que está aconteciendo detrás de los barrotes. Toda la narración se desarrolla en el interior de un espacio cerrado, como es lógico, y pocas veces se habla de lo que está ocurriendo fuera del penitenciario ignorando las noticias que llegan, por ejemplo, a través de la televisión o de los encuentros con los familiares. La escritura se convierte así en una estrategia de liberación, casi de evasión.

Está ausente cualquier intención de edificación moral, la cárcel es descrita casi en su totalidad como lugar angustioso, violento y denigrante. Adriana Faranda, exmilitante de las Brigadas Rojas, en su libro *Il volo della farfalla* comentaba así su primer día en prisión: “había llegado al corazón del caos y del infierno” (Faranda, 2006: 13). Sergio Segio, de la organización *Prima Linea*, recuerda que: “las guardias gritaban toda la noche, lo que impedía que pudiéramos dormir. Además se pasaban el día provocando” (Segio, 2006: 227). Según la exbrigadista Barbara Balzerani era “difícil conseguir un pedacito de intimidad ya que podía aparecer una guardia de seguridad en todo momento y observar por la mirilla” (Balzerani, 2009: 26).

La violencia es algo con lo que un detenido tiene que acostumbrarse a convivir y en la cárcel hay dos tipos de violencia: una que se lleva a cabo entre reclusos (ajustes de cuenta, peleas, defensa del honor y del espacio vital) y otra perpetrada por los agentes

sobre los detenidos. En las obras de los exterroristas se relatan las dos. Adriana Faranda, por ejemplo, cuenta: “los agentes daban puñetazos y patadas en la cara, en los pechos, en el estómago, retorcían los brazos para inmovilizar, empujaban contra las verjas” (Faranda, 2006: 109). Lo más cruel lo describe el también exbrigadista Enrico Fenzi. Su historia es bastante peculiar, ya que era profesor de Literatura Italiana en la Universidad de Génova cuando emprendió su camino a la lucha armada. Además, era uno de los militantes más mayores. Una vez detenido, asistió a un ajuste de cuentas de un compañero acusado de traición y así lo describe en su libro *Armi e bagagli*:

Giorgio Soldati había sido detenido en la estación de Milán. Hubo un tiroteo y un policía había fallecido. Había sido sometido a un inmediato y violento interrogatorio, había admitido algo, pocas cosas. Fue transferido a la prisión de Cuneo donde pidió y obtuvo el traslado en la sección, entre los compañeros a los que les pidió ser juzgado por su momentánea debilidad: “quiero volver entre vosotros, solo reconozco a la justicia revolucionaria”, escribió en una carta que nos había enviado y que yo también leí. Se celebró el juicio, en el comedor, y la sentencia fue una condena a muerte por estrangulación, ya que no había otra forma de matarle. “Que sea rápido e indoloro” fueron sus últimas palabras (Fenzi, 1994: 178).

El embrutecimiento carcelario llega también a aislar a una militante, Natalia Ligas, solo porque la policía le había asignado una celda de aislamiento lo que la convertía, en la absurda lógica carcelaria, en una potencial *infame*, es decir una delatora que por eso necesitaba quedarse aislada de los demás brigadistas para preservar su incolumidad. Por ello, al aislamiento impuesto por las guardias, se añadían los continuos insultos que las excompañeras le dirigían desde la sección femenina. Solo una vez que se descubrió que Natalia Ligas no había traicionado al grupo, fue readmitida en la organización (Gallinari, 2006: 283).

Pero en la cárcel es posible encontrar también momentos de humanidad y realidades alejadas de la violencia y de los histerismos documentados hasta ahora. Anna Laura Braghetti, brigadista perteneciente al comando que secuestró a Aldo Moro, en su libro *Il prigioniero*, dedicado al ex presidente de la Democracia Cristiana, nos describe de esta forma sus primeros días en el penitenciario de Civitavecchia tras su detención: “las vigilantes en lugar de custodiarnos nos atendían, nos mimaban. Por la mañana nos daban cruasanes. Preparaban la salsa en casa porque la del comedor era mala. A mí me regalaron ropa porque la única que tenía era la que llevaba puesta el día de mi detención” (Braghetti, 2005: 159). Una vez que la brigadista fue llevada a la prisión de Viterbo, su situación no empeoró: “no me encontraba mal. Nadie me maltrataba” (Braghetti, 2005: 160). Anna Laura Braghetti nos cuenta también una anécdota curiosa: “una tarde me di cuenta que alrededor de mi celda se estaba celebrando una fiesta. Oía risas, música y entendí que se trataba de un cumpleaños. Alguien abrió la mirilla y me acercó un vaso de cerveza fría. Rechacé. Celebrar con los *carabinieri* me parecía excesivo” (Braghetti, 2005: 158). Otra curiosidad es la intensa amistad que surgió entre ella y Francesca Mambro. Dos terroristas asignadas a la misma celda a pesar de compartir una ideología radicalmente opuesta, marxista-leninista Anna Laura Braghetti, neofascista Francesca Mambro. A pesar de las divergencias, las palabras de la brigadista evidencian una amistad clara e inequívoca: “Francesca Mambro, mi mejor amiga y compañera de celda” (Braghetti, 2005: 129).

A pesar de lo que acabo de contar, Anna Laura Braghetti vivió también un periodo de detención más duro y complicado, cuando se encontraba en el penitenciario de Voghera. Así recuerda ese lugar:

la prisión de Voghera estaba concebida para quitar cualquier cosa a los detenidos. El número mágico era el cinco. Se admitían cinco libros, cinco pares de bragas, cinco prendas de ropa. Solo se podía disponer de un par de zapatos sin cordones [...] el agua –solo fría– bajaba en el lavabo por un grifo a presión. Con una mano había que apretar el botón y con la otra lavarse. Tenía la impresión de estar siempre sucia

y sigue en su descripción:

esa cárcel era novísima, pero amueblada de manera horrible. Las celdas eran cubos de hormigón, los muebles de metal rojo, los sanitarios de acero. En invierno hacía tanto frío que todo se congelaba, era imposible sentarse en el taburete ni apoyar los codos en la mesa. Solo teníamos una pequeña ventana [...] La voz humana era algo raro. En cada celda había un altavoz que comunicaba órdenes e instrucciones [...] a las duchas se bajaba sola. Ese lugar estaba vigilado por una cámara de vídeo. Era horrible desnudarse sabiendo que alguien te estaba mirando (Braghetti, 2005: 67-68).

Entre hombres y mujeres a la hora de describir los años pasados en la cárcel hay bastantes diferencias. Las mujeres intentan buscar una redención, consideran aquel periodo pasado detrás de las rejas como un tiempo que tienen que vivir para asegurarse un futuro mejor. Una vez aceptada su condición de prisioneras por unos delitos que realmente han cometido, las mujeres viven de manera casi esperanzadora su detención. El futuro se ve con optimismo. Llama la atención ver la divergencia entre los hombres, que en ningún caso admiten ser culpables ni tampoco arrepentidos por los delitos cometidos, y las mujeres que sí admiten sus culpas: Francesca Mambro, líder de los NAR (Nuclei Armati Rivoluzionari) organización neofascista muy activa desde finales de los años setenta hasta principio de los ochenta, en la introducción a su libro *Il bacio sul muro* admite “he sido condenada unas cuantas veces a cadena perpetua. Casi siempre de manera justa” (Mambro, 2000: VII). La brigadista Adriana Faranda, es todavía más clara diciendo “yo no tengo nada que ocultar, soy culpable” (Faranda, 2006: 15).

Para los hombres, la cárcel es solo embrutecimiento; un lugar en el que incluso se puede llegar a pensar en el suicidio: “fue en una mañana de otoño cuando Franco me habló por primera vez de suicidio” (Franceschini, 1988: 211 ). Franco Bonisoli no llegó a dar el trágico paso, pero muchos detenidos comunes sí que lo hicieron: “desde comienzos de año, en cuatro meses, fueron 20 los suicidios en la cárcel. Los números confirman que en la cárcel el índice de suicidio es hasta 17 veces mayor que fuera de ella” (Balzerani, 2011: 55).

Una vez terminada la condena, o modificada en régimen de semilibertad (lo que permite abandonar la cárcel de día para trabajar y regresar por la tarde a dormir), el detenido se encuentra un poco sorprendido por su vuelta al mundo exterior. Barbara Balzerani, describiendo el impacto con este “nuevo mundo”, se llega a preguntar: “¿pero dónde están todos? El mapa de la ciudad ha cambiado bajo la presión de lo nuevo. Su baricentro se ha multiplicado” (Balzerani, 2009: 99). Y en otro libro, Barbara Balzerani cuenta: “dentro de un año seré libre [...] no sé qué quiere decir eso... ¿qué haré una vez en libertad? Salir hasta tarde, volver a ver el amanecer ya que la noche no será un tiempo prohibido. Ver un espectáculo de Pina Bausch, siempre y cuando ya no se haya muerto” (Balzerani, 2011: 19-20).

La neofascista Francesca Mambro quien describe esa nueva vida, ese mundo al revés que comienza a vivir una vez obtenido el permiso de semilibertad para trabajar durante el día: “mi cárcel *full immersion* duró 16 años. En los últimos dos años y medio he conseguido algunos permisos, y desde hace más de un año, además de los permisos, puedo trabajar fuera de la cárcel. Mi marido puede hacer lo mismo. Así que

por la mañana salimos juntos, nos vamos a la oficina, y por la tarde volvemos juntos. Estamos obligados a vivir al revés que las demás parejas, que se separan de día y duermen juntos por la noche. Nosotros pasamos el día juntos y nos separamos por la noche” (Mambro, 2000: 207).

## **CONCLUSIÓN**

Como hemos analizado, existen diferentes formas de inspiración literaria en una cárcel. Cada una respetable, cada una con una intención diferente; la de describir el entorno en el que se vive o se vivió durante años, la de huir de la realidad, la de comunicarse con las personas que están en libertad. Se trata, de todas formas, de importantes testimonios de la vida en una cárcel, algo que es indudablemente inexplicable para personas que nunca han vivido en ese entorno. Por ello nos parece muy útil analizar este tipo de literatura, dejando de lado cualquier consideración moral sobre el crimen que ha cometido quien redacta o sobre su nivel cultural. Es evidente que en algunos casos la estructura del texto es muy sencilla, prevalentemente paratáctica, basada en un léxico repetitivo y poco rebuscado, pero nos hemos centrado en el contenido, en el mensaje proporcionado por el autor.

Esta labor de análisis de textos creado en un entorno detentivo se podría extender a otras experiencias con otros actores cuyos perfiles no tengan que ver con la condena por pertenencia a banda armada o simplemente con detenidos-escritores de otros países que no sean Italia.

## **REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS**

- BALZERANI, B. (2011): *Cronaca di un'attesa*. Roma, Derive Approdi.
- BALZERANI, B. (2009): *Perché io, perché non tu*. Roma, Derive Approdi.
- BRAGHETTI, A. L. (2005): *Il prigioniero*. Milán, Feltrinelli.
- FARANDA, A. (2006): *Il volo della farfalla*. Milán, Rizzoli Editore.
- FENZI, E. (1998): *Armi e bagagli. Un diario delle Brigate Rosse*. Génova, Costa & Nolan.
- FRANCESCHINI, A. (1988): *Mara Renato e io*. Milán, Oscar Mondadori.
- GALLINARI, P. (2006): *Un contadino nella metropoli*. Milán, Bompiani.
- GARAVITO, J. (1995): “Ho Chi Minh, poeta” en *Thesaurus. Boletín del Instituto Caro y Cuervo*, tomo 50, nº 1-3.
- GRAMSCI, A. (Fernández Buey, Francisco Ed.) (2010): *Cartas desde la cárcel*. Madrid, Veintisiete Letras.
- MAMBRO, F. (2000): *Il bacio sul muro*. Milán, Sperling & Kupfer.
- MANCONI, L. (2008): *Terroristi italiani. Le Brigate Rosse e la guerra totale (1970-2008)*. Milán, Rizzoli Editore.
- SEGIO, S. (2006): *Una vita in prima linea*. Milán, Rizzoli Editore.
- TASSINI, E. (2003): *Aldo Moro. Ultimi scritti*. Casale Monferrato, Piemme Pocket.
- VV.AA. (2012): *Carcelariamente*. Valencia, Tirant Lo Blanch.
- ZAVOLI, S. (1995): *La notte della Repubblica*. Milán, Oscar Mondadori.

## LA MEMORIA DEL ESPACIO *versus* EL ESPACIO DE LA MEMORIA

María Cruz ALONSO SUTIL

Universidad Rey Juan Carlos

[cruz.sutil@urjc.es](mailto:cruz.sutil@urjc.es)

*Somos nuestra memoria,  
somos ese quimérico museo de formas inconstantes  
ese montón de espejos rotos.*

Jorge Luis Borges

### Resumen

El presente trabajo pretende un acercamiento a la novela *Étoile errante* de J.M.G. Le Clézio y más concretamente al capítulo dedicado a Nejma, una de las protagonistas de la obra. A partir de su mirada focalizadora, y del papel que ejercen algunos de los personajes en este capítulo trataré de dar unas breves pinceladas sobre la importancia de la memoria, individual o colectiva, siempre condicionada al espacio, en este caso, al campo de refugiados Nour Chams, en el que se desarrollan los hechos.

**Palabras clave:** memoria del espacio, espacio de la memoria, campo de refugiados, mirada focalizadora, lugar

### Abstract

This contribution is an approach to the novel *Wandering Star* by JMG Le Clézio. We study the chapter devoted to Nejma, one of the protagonists of the story. From her focused look and by the role played by some of the characters in this chapter, we will try to give some hints about the importance of the memory, individual or collective. Since memory is mostly anchored to space, the refugees camp Nour Chams is the space where action takes place.

**Key words:** memory space, space memory, refugees camp, focused look, place

## 1. INTRODUCCIÓN

Si tenemos en cuenta que la construcción de la memoria forma parte de la cultura, no es menos lógico pensar que debiera erigirse sobre unos pilares llamados valores; por ello, he creído conveniente esbozar en estas líneas la necesidad de recurrir a la memoria y recuperar así valores como los derechos humanos y las libertades democráticas por considerarlos constitutivos de una identidad colectiva.

Antes de adentrarnos en el tema que nos ocupa quisiera detenerme en cada uno de los conceptos que dan título a este escrito y, tras un breve recorrido a través de los estudios realizados al respecto, tratar de aplicarlos al capítulo de “Nejma” incluido en la obra de *Étoile errante* de J.M.G. Le Clézio.

En cuanto al concepto de espacio, no cabe duda de que estamos obligados a remontarnos en el tiempo. Por un lado, nos vienen a la memoria nombres como Descartes, Newton, Aristóteles, Kant, entre otros, que tanto desde el punto de vista físico como filosófico si hiciéramos confluir sus ideas nos llevaría a definirlo como un entorno ideal, homogéneo, vacío, infinito e indivisible.

Por otro lado, el concepto de espacio siempre se nos ha presentado ligado a los acontecimientos de la acción, de ahí que muchos autores lo consideren estrictamente necesario y en estrecha relación con el hombre. Si ya en la época aristotélica el espacio es considerado como un lugar físico en el que se sitúan los objetos que lo componen y donde se mueve el individuo, es lógico pensar que dicho espacio pueda ser un lugar de encuentro o desencuentro, un lugar de la memoria donde confluyen la identidad de la persona, sus relaciones sociales, su historia y la *Historia*.

Es indudable que el espacio ha adquirido una gran importancia en la narración clásica occidental. Tradicionalmente, ha sido tratado de tal manera que se presentaba ligado a los acontecimientos de la acción. No debemos olvidar que en la cultura occidental ha predominado un tratamiento antropocéntrico de la literatura que hace que los autores se refieran al espacio en cuanto que es estrictamente necesario. A partir de la segunda mitad del siglo XVIII, el espacio recupera cierto valor, aunque sin dejar de ser tratado en relación al hombre, y sin llegar a adquirir la dimensión que alcanzó en la literatura clásica.

A lo largo de los siglos, son muchos los estudiosos que siguen analizando este concepto y parece que todos convergen en que, independientemente de su aplicación, ya sea en Literatura, Filosofía, Sociología, etc. se trata de un intervalo, de espacio o de tiempo, existente entre dos puntos<sup>227</sup>(1997: 8).

Sin embargo, el antropólogo Marc Augé<sup>228</sup> da un paso más y analiza el espacio desde el punto de vista antropológico. Contrapone lugares antropológicos a no-lugares. Si consideramos el espacio desde el punto de vista antropológico, el lugar nos da una visión sobre la identidad de las personas que lo ocupan, de las relaciones que mantienen y de las experiencias que viven y que configuran su historia. El hecho de conocer un lugar y sentirnos cómodos en él hace que nos identifiquemos plenamente con el mismo, que lo consideremos como propio y, en la medida en que nos sea posible, queramos volver a él. Según Augé<sup>229</sup>, nos resulta necesario «ordenar y simbolizar el espacio y el tiempo para dominar las relaciones humanas».

---

<sup>227</sup> Chevalier, Bernard (1997): *Cahiers de Recherches Médiévales* Vol. III, nº. 3. Librairie Honoré Champion. Paris.

<sup>228</sup> Augé, Marc (2001): *Los no lugares. Espacios del anonimato. Una antropología de la sobremodernidad*. Ed. Gedisa. Barcelona.

<sup>229</sup> Augé, Marc (1999): «Sobremodernidad. Del mundo de hoy al mundo de mañana», in *Memoria*, nº 129.

Completamos nuestro estudio en lo que a espacio respecta con la aportación del *Diccionario de la Real Academia*. Entre las múltiples acepciones dadas he preferido quedarme con “ámbito territorial que necesitan las colectividades y los pueblos para desarrollarse” por considerar que es el concepto que mejor se adapta al tema del que vamos a tratar.

Tenidas en cuenta las diferentes opiniones y definiciones sobre concepto de espacio, podríamos concluir que, independientemente de la época o tendencia ideológica, todas ellas nos llevan a establecer un denominador común, pues en ellas se hace referencia a lugar o entorno, físico o imaginado, habitable o no, donde se desarrollan hechos, vivencias, experiencias, etc.

El segundo tema que nos ocupa es la memoria y como ya hiciéramos con el término espacio, nos remontaremos en la historia para recordar a filósofos como Sócrates, Platón, Aristóteles, etc. quienes con sus planteamientos, razonamientos y teorías encararon el concepto de la memoria sin que todavía en la actualidad parezca tener un dominio definido, pero en lo que sí parecen coincidir es que, sea cual sea el acontecimiento, éste siempre aparecerá ligado a la imagen, una imagen que acaba proyectándose en la memoria.

Acercándonos más en el tiempo nos encontramos con uno de los grandes filósofos y humanista de la actualidad, Paul Ricoeur a quién le debemos el término de “memoria justa”. Para él, la memoria constituye uno de los ejes en torno a los cuales gira nuestra identidad, de ahí que considere que sin olvido y sin perdón la vida no parece que sea fácil.

Cómo olvidarnos del historiador francés Pierre Nora<sup>230</sup>, quien en su obra *Les lieux de la mémoire*, define la memoria como “un marco, más que un contenido, una postura siempre disponible, un conjunto de estrategias, un ser allí que, vale menos por lo que es que por lo que se ha hecho de él” (1984: VIII). Asimismo, hace una distinción entre historia y memoria. Para él historia es la reconstrucción inconstante e incompleta de la representación del pasado; y memoria es la vida, pues es absoluta, arraigada en lo concreto; es el espacio, el gesto, la imagen y el objeto, en permanente evolución y con constantes distorsiones; expuesta al razonamiento del recuerdo y del olvido. También es afectiva, mágica, múltiple, colectiva, plural e individualizada; así lo recoge M<sup>a</sup> del Carmen Castañeda<sup>231</sup> (2012: 7).

Entendemos que el término “memoria” sea cual sea su emplazamiento en la *Historia* implica la necesidad de recordar y de hacer recordar, pues de esta forma ayudamos y contribuimos a reconstruir la historia de los que vienen después. Como decía Luis Cernuda: “Recuérdalo tú y recuérdalo a otros”. A esta necesidad de recordar se une también Paul Ricoeur<sup>232</sup> al reconocer que el olvido es “la muerte anunciada de los recuerdos”. (2004: 357).

Es la memoria la que se encarga de construir la historia del individuo. Es innato en el ser humano tratar de recordar; sea cual sea lo vivido necesita de la memoria porque sin ella no hay *Historia*. La memoria es también el registro del pasado proyectado en un presente que esboza un futuro; siempre vinculada al lugar de vivencia del individuo,

---

<sup>230</sup> Nora, Pierre (1984): “Entre mémoire et histoire, la problématique des lieux » in Nora, Pierre (dir.) *Les lieux de la mémoire, I. La République*. Gallimard. Paris.

<sup>231</sup> Castañeda Hernández, M<sup>a</sup> del Carmen (2012): “Literatura y memoria en la novela Hispanoamericana”, en la revista *Letralia, tierra de letras*. nº 267, mayo 2012. Ed. Letralia. Venezuela.

<sup>232</sup> Ricoeur, Paul (2004): *La memoria, la historia y el olvido*. Ed. Trotta. Madrid.

a sus sentimientos y a las relaciones que establezca en dicho espacio como ya le ocurriera a Proust y el “efecto de la madalena”.

Es de actualidad la expresión “derecho a la memoria”, hecho que demuestra que todo individuo necesita ser recordado sea cual sea la situación o experiencia vividas, una necesidad de memoria que Carlos Castilla del Pino<sup>233</sup> define como “el reconocimiento del derecho a ser recordado a los que se les negó esa posibilidad, pero si ya no existen, otros pueden, y en ocasiones deben, demandarlo por él”.

Estas breves pinceladas nos llevan a concluir que el individuo está estrechamente unido a su memoria, es innata en él, es personal y por tanto selectiva por naturaleza, sea cual sea el recuerdo de lo percibido, de lo vivido, de lo imaginado. Es la memoria la que le caracteriza, le determina, le individualiza, le da identidad y forja su yo.

Tratar de exponer cada una de las aportaciones y estudios realizados sobre el término “memoria” sería interminable, pero no por ello quisiera obviar la acepción reconocida por el *Diccionario de la Real Academia*, entre las múltiples recogidas me ha parecido que la que mejor se ajusta al tema que ahora nos concierne es la de “potencia del alma, por medio de la cual se retiene y recuerda el pasado”.

A partir de estos mimbres analizaremos una de las obras del que fuera Premio Nobel de Literatura en 2008, *Étoile errante*, y más concretamente al capítulo de Nejma a través de cuya mirada, memoria y recuerdo nos relata su paso por el campo de refugiados Nour Chams una vez dada por finalizada la II Guerra Mundial.

## **2. SINOPSIS DE ÉTOILE ERRANTE**

Esther et Nejma, protagonistas anónimas cuyos nombres están implícitos en el título de *Étoile errante*, representan dos colectivos, el Judío y el Palestino: por un lado, los judíos europeos que, víctimas de la persecución nazi, emigraron al recién creado Estado de Israel; y por otro, los palestinos que tuvieron que hacinarse en campos de refugiados, tras haber sido expulsados de sus casas en su propia tierra para dejar sitio a los judíos que llegaban a ocupar su territorio.

En esta hégira de Judíos y Palestinos, en un momento dado, las dos protagonistas se cruzan en el camino y lo único que intercambian es su mirada y sus nombres. En sus exilios respectivos se llevarán siempre en la memoria siendo conscientes de que la Guerra les ha separado para siempre. Las dos protagonistas son estrellas errantes, símbolos del éxodo que padecerán a lo largo de sus vidas.

## **3. DE LO VIVIDO A LO OLVIDADO**

Me pregunto si hay mejor defensa de la memoria que la novela después de haber leído *Étoile errante*, un relato que para el autor supone el recuerdo de una etapa de su vida: la infancia, aunque todavía hoy resuenan en él los ecos de una guerra que le tuvo apartado de la familia. Su preocupación por los hechos históricos se refleja en su abundante obra. Fiel a su recuerdo y memoria, ha tratado siempre de recuperar el pasado no sólo como experiencia vital, sino con la intención de exteriorizar la realidad de unos acontecimientos que parece como si la *Historia* quisiera borrar. Esto nos lleva a afirmar que la memoria no es heredada, responde a recuerdos propios, momentos vividos que pertenecen al individuo.

La memoria nos coloca también en un espacio lleno de recuerdos que tratamos de dar forma cuando los sacamos a la luz, un espacio que, aunque pareciera vaciarse está en

---

<sup>233</sup> Castilla del Pino, Carlos (2006): “El uso moral de la memoria” en *El País* (26/07/2006).

constante agitación tratando de ordenar cada situación vivida. Son recuerdos que nos pertenecen, que atesoramos y compartimos con el presente porque aunque para la *Historia* prescriban, para nuestra memoria siguen vigentes.

Como diría Marc Augé<sup>234</sup> “hay trozos del pasado que nunca pasan, tanto de mi pasado privado como del que comparto con otras personas, con otras muchas personas. Por mucho que los degluta, se atragantan; por mucho que los trabaje, se resisten; por mucho que los minimice, me estorban. (2002: 50-51).

“No hay literatura sin memoria”, decía Juan Marsé. Y es que gracias a la memoria, aunque nos traslade al pasado, sólo ella es capaz de traer al presente la historia; cualquiera que sean los hechos acontecidos, éstos siempre estarán vigentes, pues es a ella, a la memoria, quien, con su empeño logra que la historia de la *Historia* ocupe un espacio en el presente.

Aplicando la teoría del antropólogo Marc Augé en su concepción de lugar antropológico y no-lugar, podemos decir que si lugar es el espacio delimitado por la identidad y experiencias vividas en él, ¿cómo definiríamos entonces el campo de refugiados Nour Chams? quizá debiéramos incidir en el tipo de experiencias y relación con el lugar, pues independientemente de que los personajes se relacionen entre sí y compartan espacio, nunca será para ellos un lugar de identidad, si bien al contrario tratarán de evitar que su memoria les vincule a estos hechos.

¿Deberíamos entonces establecer un nuevo concepto de lugar en función de las experiencias vividas independientemente del arraigo al mismo? se me ocurre que, tratándose de un lugar tan hostil y destructor como es Nour Chams, sea cual sea el prisma de proyección, el individuo prefiere instalarse en la “memoria del silencio” y en el “espacio del vacío”, porque solo así cree mitigar el dolor de lo vivido, prolongado durante tanto tiempo.

Hablaremos no sólo de la memoria individual, sino también de la colectiva, pues aunque Nejma es la portavoz de una conciencia individual de la que se sirve el autor para darnos a conocer la situación por la que atraviesa el pueblo Palestino, representa igualmente la memoria colectiva de un pueblo que sufre las consecuencias de una guerra. Una memoria colectiva que hace referencia a las experiencias vividas por todos los que hasta Nour Chams han sido deportados, una memoria colectiva que perdurará a lo largo de la historia. Para Nejma acordarse es volver a vivir, es revivir, es rememorar.

Se souvenir, c'est ressentir, faire en sorte que ses personnages se “lavent” de toute sorte d'interprétation. Ressentir signifie être à l'écoute d'autres voix, la voix de la terre, de la mer, des étoiles, de façon à ne pas se laisser distraire para la « réalité », le passé, le souvenir, n'existe que comme voie d'accès à l'enracinement de l'adulte dans un univers de sensations. Et on comprend, ainsi, l'énorme ampleur autobiographique de son œuvre. Le souvenir ne s'exerce que comme outil à faire disparaître les barrières de la pensée, les frontières du temps et de l'espace<sup>235</sup> (2010-11: 157).

Nour Chams se convierte en la suma de identidades, de memorias y recuerdos que llenan el vacío de un lugar cercado por el fanatismo, un lugar que les ha despojado de su niñez, de su pasado, de su historia, de su identidad. Luchan por recobrar un futuro, aunque el presente se lo augure incierto, un futuro que lleve implícito la libertad, la felicidad, el regreso a su yo. Negarse a sentir, a percibir cualquiera de los sentidos,

<sup>234</sup> Augé, Marc (2002): *Diario de una guerra*. Ed. Gedisa. Barcelona

<sup>235</sup> Carnhilo, Maria da Conceição (2010-11): « *Étoile errante*, de J.M.G. Le Clézio. L'Histoire dé-historisée » en <http://carnets.Web.ua.pt/carnets>, revista electrónica de estudios franceses. Portugal

desechar el recuerdo es para ellos impensable, viven con la ilusión de que un día el sol también brille para ellos y les devuelvan a la tierra de la que fueron expulsados. Su memoria se esfuerza por alejarlos de la realidad, del presente ajeno a ellos, y se empeña en ocuparlo con añoranzas del pasado.

Al hablar de Nours Chams tenemos que tener en cuenta que de ser un mero espacio geográfico pasa a ser un lugar simbólico donde la identidad de cada individuo acaba por fundirse en una identidad colectiva. Descrito a través de la mirada de la protagonista que no es otra que la mirada de Le Clézio, evoca en el lector un rechazo y crítica brutal hacia la indiferencia y falta de sensibilidad que parecen mostrar organismos como las Naciones Unidas que a ojos del autor parece como si se escondieran para no oír al mundo.

Et je pensais que c'était vrai, ici dans notre camp misérable, là où le monde nous avait rejetés, loin de tout [...]. Il y avait longtemps que le camion des Nations Unies n'était pas revenu (ÉE : 270, 272).

Identificamos Nour Chams como el lugar que proporciona a los refugiados una historia común, unas pautas de comportamiento condicionadas a la supervivencia, a la superación, no pertenecen a este lugar, pero su entrega y convivialidad con lo que les rodea da sensación de pertenencia y por ende de protección y cuidado. Se trata de un lugar que aunque no se reconozcan en él, acaban por identificarse entre ellos hasta el punto de echarse de menos. Forman una gran familia, un colectivo que se ayuda y hace fácil la adaptación de los que van llegando, integrándolos y haciéndolos partícipes del día a día porque son conscientes de que el final no parece llegar nunca.

La vie avait changé, maintenant qu'il y avait le bébé dans notre maison. Malgré le manque de nourriture et d'eau, il y avait un nouvel espoir pour nous. Même les voisins ressentait cela. Chaque matin, ils venaient devant notre porte, ils apportaient un présent, du sucre, des linges propres, un peu de lait en poudre qu'ils avaient pris sur leurs rations. Les vieilles femmes, qui n'avaient rien à offrir, apportaient du bois mort pour le feu, des racines, des herbes odorantes (ÉE : 270).

Gracias al sentir de los personajes, logramos llegar a su propia historia; su memoria y recuerdo constituyen el marco de realidad de sus sentimientos y sensaciones. Como diría Augé<sup>236</sup> "... un individuo sometido como todos al acontecimiento y a la historia – tiene recuerdos y olvidos particulares, específicos" (1998:24).

Alors, j'écoutais la pluie tintinnabuler dans tous les récipients, et je retrouvais la même joie qu'autrefois, chez moi, quand j'écoutais l'eau cascader le long du toit et sur les carreaux de la cour, et arroser les orangers en pots que mon père avait plantés. C'était un bruit qui me donnait envie de pleurer, aussi, parce qu'il me parlait, il me disait que jamais plus rien ne serait comme avant, et que je ne retrouverais plus ma maison, ni mon père, ni les voisins, ni rien de ce que j'avais connu (ÉE : 272).

#### **4. NOUR CHAMS. LAS HUELLAS DE LA MEMORIA**

Ya desde el inicio del capítulo, la protagonista alude al término "memoria", herramienta de la que se sirve para cumplir con el compromiso no sólo con el lector, de relatar los hechos sucedidos durante el tiempo que pasó en el campo de refugiados Nour Chams, sino también con sus seres más queridos:

Ceci est la mémoire des jours que nous avons vécus au camp de Nour Chams, telle que j'ai décidé de l'écrire, moi, Nejma, en souvenir de Saadi Abou Talib, le Baddawi, et de notre tante Aamma Houriya. En souvenir aussi de ma mère, Fatma, que je n'ai pas connue, et de mon père, Ahmad (ÉE 223).

---

<sup>236</sup> Augé, Marc (1998): *Las formas del olvido* Ed. Gedisa. Barcelona.

## Turismo y representación espacial

PIÑEIRO MACEIRAS, M.L., CHAPUIS, L. Y RE, M. (EDS.)

Nejma, se convierte así en la portavoz de Le Clézio preocupado porque el paso del tiempo no borre la *Historia*, ni los hechos de una y tantas guerras en las que siempre acaban siendo víctimas las mujeres y los niños; preocupado también por una sociedad cegada por la ambición y el fanatismo:

Pour cela Saadi Abou Talib, le Baddawi, celui qui fut plus tard mon mari, et qui ne savait ni lire ni écrire, ayant appris que j'avais été à l'école à al-Jazzar m'avait demandé d'écrire tout ce que nous endurons ici, au camp de Nour Chams, afin que cela se sache, et que nul n'ose l'oublier (ÉE 234).

No deja de ser metafórico que la protagonista empiece su diario en « été 1948 ». Habla de un sol abrasador que persigue cada rincón de Nour Champs como si de esta manera quisiera compensar la soledad y el dolor de los que hasta allí han sido llevados, sin embargo en su memoria resuena el eco constante de la frase que en su día oyera pronunciar al viejo Nas: « Le soleil ne brille-t-il pas pour tous? J'entends cette interrogation à chaque instant » (ÉE 223).

Al campo de refugiados de Nour Chams llegan los palestinos desarraigados, sin posesiones, desorientados tanto física como psíquicamente. No sólo les han despojado de sus casas, sino que también han perdido sus referencias familiares y vitales; la mayoría de los refugiados son mujeres y niños ya que los hombres se encuentran al frente de la guerra. No se imaginan que este lugar vaya a formar parte de su nueva vida. Piensan que su permanencia puede durar escasamente dos días, lo consideran un lugar de tránsito.

Han salido de sus casas pensando en volver en muy poco tiempo, pero éste va transcurriendo y todo hace pensar que se han olvidado de ellos. No son nadie. Nour Chams se convierte en una prisión. Para muchos llega a ser su propio cementerio, para otros tantos su residencia definitiva y, por tanto, acabará siendo para ellos un lugar en el que establezcan relaciones afectivas y vínculos sociales que les sirven de referentes personales una vez que hayan perdido la esperanza de emprender su viaje de retorno hacia sus lugares de origen o hacia otro destino mejor.

Au début quand nous sommes arrivés au camp, il y avait encore ce bruit de voix, ces rires, comme si c'était n'importe où dans le monde, dans un endroit sans guerres et sans prisons. Les femmes prenaient des nouvelles [...], comme si elles étaient simplement en voyage et qu'elles allaient bientôt rentrer chez elles (ÉE 229-30).

Crece la indiferencia y los personajes se refugian en la resignación. Abandonados a su suerte ven transcurrir los días testigo del abandono por parte de las Naciones Unidas de cuantos hasta allí han deportado: « Les Nations unies nous abandonnent, ils ne vont plus nous donner de nourriture, ni de médicaments, et nous allons tous mourir » (ÉE 225).

Quand je marchais dans les rues de Nour Chams, sans but, au hasard, longeant les rangs de maisons, les murs de carton goudronné, de vieilles planches, c'étaient ces visages d'enfants que j'apercevais partout, ces regards vides et lointains qui me hantaient (ÉE 232).

El campo de refugiados es descrito con tal realismo y crudeza que la vitalidad de los niños sólo se manifiesta cuando se les distribuye el alimento:

Peu à peu, même les enfants avaient cessé de courir et de crier et de se battre aux abords du camp [...]. Sauf quand approchait l'heure de la distribution de nourriture, quand le soleil était au zénith [...]. Les traits de l'enfance, chez beaucoup d'entre eux, surtout parmi les pauvres, les orphelins de père et de mère, ou ceux qui avaient fui des villages de la côte sous les bombes, sans argent, sans provisions, semblaient déjà flétris par une vieillesse incompréhensible (ÉE 231).

En referencia al término de *no-lugar* y considerando éste como un espacio en tránsito en el cual la identidad del individuo se distorsiona, estamos ante el ejemplo más relevante y que mejor define la pérdida de identidad. Comparten el espacio, viven, pero no lo sienten como propio, no cuenta para ellos. No importa el tiempo porque tampoco cuenta el individuo y, si en algún momento llegara a crear un símbolo o identidad, éste sería circunstancial.

Para Nejma y todos los que hasta allí han sido llevados es el lugar de la desolación, del abandono, «*Je ne me sentais bien que lorsque je pouvais m'éloigner du camp*» (233). Es consciente de que el tiempo les ha borrado la memoria y se han convertido en los olvidados y prisioneros de la Historia. Como diría el escritor francés Jean-Luc Seigle<sup>237</sup> parece como si “la guerra tuviese el poder de anestesiar el pensamiento mismo, de aniquilar una personalidad y petrificarla en la estupidez” (2013: 169).

El campo de refugiados Nour Chams es el espacio de la memoria, el recuerdo del tiempo que se fue. En ellos queda el espacio de una memoria olvidada y anulada, no hay tiempo, ni espacio, solo existe la memoria del olvido y del dolor del desarraigo. Se trata de un espacio que les niega la posibilidad de seguir viviendo y con el que resulta difícil identificarse. Un espacio natural que se vuelve hostil y agresivo para todo el que hasta allí es conducido y donde la estancia se prolonga de forma indefinida en algunos casos, un *no-lugar*, un espacio cómplice de un destino poco esperanzador para la mayor parte de los que allí se encuentran. Se convierte en un espacio aglutinador, infernal y de condena al yo. Un espacio que desarticula y desintegra la identidad.

Jamais je n'avais pensé aux miroirs auparavant. Il était naturel de pouvoir voir mon visage. Á présent, j'ai compris que sans miroir on est différent, on n'est plus tout à fait la même [...]. Peut-être qu'ils avaient deviné comme nous regarderions avec inquiétude le visage des autres, comme nous chercherions à deviner en eux ce que nous étions devenus, pour essayer de nous souvenir de nous-mêmes, comme de notre propre nom ? (ÉE 237).

Allí, poco a poco el silencio se va adueñando y apagando las voces, incluso las de los niños que a su llegada no dejaban de gritar. «*Tout est noir, silencieux, glacé. On est abandonnés, loin du monde, loin de la vie. Jamais je n'avais ressenti cela avant*» (ÉE 253).

Sin embargo, la sensación de soledad, de desamparo se mitiga con la llegada de Aamma Houriya. A partir del momento en que llega al campo de refugiados de Nour Camps, a quien más tarde llamarán tía Houriya, Nejma, la adolescente palestina, siente la protección y cobijo que le da no sólo Aamma sino también la chabola, lugar que ésta elige para alojarse. La chabola se convierte en un lugar de encuentro de niños y mayores que hasta allí llegan para escuchar las historias de Djinn que cada día relata Aamma Houriya.

Elle commençait à raconter une histoire. Elle s'asseyait devant la porte de notre hutte, le visage tourné vers l'extérieur, sans voile, parce que ce n'était pas seulement pour moi qu'elle racontait. J'étais assise à l'intérieur de la maison, dans l'ombre, tout près d'elle pour entendre sa voix (ÉE 239-40).

La chabola es el lugar en el que se comparte todo, no sólo el espacio sino también el dolor y la tristeza que muchas veces quedan mitigados al escuchar su voz: «*Sa voix était plus douce, ses yeux brillait d'une lumière plus gaie quand elle commençait son histoire*» (ÉE 242). Aamma logra mantener la ilusión y la esperanza de cuantos hasta

---

<sup>237</sup> Seigle, Jean-Luc Seigle (2013): *Al envejecer los hombres lloran*. Ed. Seix Barral. Barcelona.

## Turismo y representación espacial

PIÑEIRO MACEIRAS, M.L., CHAPUIS, L. Y RE, M. (EDS.)

allí se acercan. La chabola sería para Nejma el lugar de encuentro consigo misma, pues aunque solo fueran segundos al día, logra alejarse de esa realidad para conectar con el mundo que le conduce a su yo.

Elle continuait son récit, et tout d'un coup, mon cœur battait plus vite parce que j'avais compris que c'était notre propre histoire qu'elle racontait, ce jardin, ce paradis que nous avons perdu lorsque la colère des génies nous avait frappés (ÉE 244).

### 5. EL ESPACIO HABITADO

Un espacio habitado o vivido no es sólo aquel que completamos con objetos, materiales, etc., sino también el lugar en el que se acumulan recuerdos, experiencias, se establecen vínculos afectivos tratando de crear redes entre ellos para luego establecer categorías que, hacen que la memoria los saque a la luz en función del valor y significado que el propio individuo quiera establecer. Este hecho nos permite reconocer que todo espacio vivido o habitado está estrechamente vinculado a la conciencia, al recuerdo, a la experiencia.

A través de la mirada de Nejma descubrimos que les ha sido negada la tierra que les vio nacer a favor de los que hicieron su Historia en Europa. Están convencidos de que no habrá un viaje de regreso. Difícilmente los personajes acabarán identificándose con el lugar. La memoria, siempre activa, les impide echar raíces, pues el campo de refugiados es un lugar-infierno que conduce hacia la muerte, hacia su destrucción, es el espacio del dolor, de la soledad y del abandono.

Quand nous sommes arrivés dans le camion bâché des Nations unies, nous ne savions par que cet endroit allait être notre nouvelle ville. Nous pensions tous que c'était pour un jour ou deux, avant de reprendre la route [...]. Je comprends maintenant que jamais plus rien de cela ne sera pour nous (ÉE 226-27).

Encierra cierto simbolismo el hecho de que cada día sean más los que hasta allí acaben llegando, pues en esa idea de aislar, apartar y alejar estaría implícita la intención de preparar para la muerte. En todos ellos aflora incesantemente el recuerdo de lo vivido, el deseo de volver a la tierra de la que fueron expulsados, tratan de refugiarse en el espacio de la memoria evitando que el olvido borre para siempre los momentos de alegría y felicidad vividos, anhelan el lugar en el que compartieron sus días de júbilo y blindan sus recuerdos por miedo a que les sean también arrebatados.

Resulta sorprendente cómo Le Clézio, a pesar describirnos un espacio desolador, provocado por la sinrazón de unos pocos, un espacio que da cobijo al olvido, a la indiferencia y a la muerte, es capaz de transmitirnos que Nour Chams es también el lugar de la esperanza, del aliento, del respeto, del amor, de la generosidad y de la vida.

Dans un cri surnaturel, elle poussa l'enfant hors de son corps, puis elle retomba lentement sur la terre [...]. Á cinq heures, elles soulevèrent Roumiya avec son bébé serré contre sa poitrine, et elles l'emportèrent lentement, comme une princesse (ÉE 268).

Nour Chams es la tierra de nadie y de todos, es el espacio de la soledad, del dolor y del abandono; su recuerdo y su memoria suponen el espacio del anhelo y de la esperanza de que algún día el sol también brille para ellos. Simboliza el desarraigo de identidad, el dolor, el vacío, aniquila a los personajes, se adueña de su presente permitiéndoles vivir de la memoria de su pasado como si quisiera negarles la evidencia de la tragedia de la que son víctimas. Es el lugar de la degradación, del abatimiento y de la destrucción. Este confinamiento y aislamiento al que se ven abocados los personajes les lleva a veces a la imposibilidad de acercarse al futuro, de proyectar su vida más allá

de esas montañas que los rodean, aunque a veces su memoria abra las ventanas de la esperanza y les permita escuchar ecos de libertad al otro lado de la cima.

Para todos los allí concentrados el campo de refugiados supone “el rincón del mundo” como diría Bachelard (2000:24), arrancados de su tierra, expulsados de su lugar antropológico, desean convertir este no-lugar en un lugar de ensoñación que les permita minimizar en su memoria la tragedia del desarraigo reviviendo recuerdos. Es el caso de Nejma quien alude constantemente a los momentos vividos con su padre.

Alors je montais en haut de la colline, mon bâton à la main, pour éloigner les chiens. Il n’y avait plus d’enfants, j’étais la seule à guetter l’arrivée du camion du ravitaillement [...]. Au loin, l’horizon était gris, bleu, impalpable. Je pouvais imaginer que j’étais au bord de la mer, sur la plage, au crépuscule, et que je guettais l’arrivée des barques de pêches, pour voir la première celle que je connaissais bien, avec sa voile rouge et, sur l’étrave, l’étoile verte de mon nom, que mon père emmenait avec lui (ÉE 273-4).

Entendemos que las experiencias vividas por los personajes son el reflejo del pasado de una Historia que no supo proyectar un horizonte de cordialidad y bienestar entre los diferentes pueblos, si bien al contrario empujó al individuo hacia un espacio sin horizonte definido, hacia un vacío de memoria que lo empequeñece, situación que todavía hoy sigue sin estar resuelta.

Quand les soldats étrangers nous ont fait Monter dans les camions bâchés pour nous conduire jusqu’ici, au bout de la terre, jusqu’à cet endroit tel qu’on ne peut aller plus loin, j’ai compris que je ne reverrai plus jamais ce que j’aimais. Où sont les voiles des bateaux qui glissent sur la mer, le matin, entourés de mouettes et de pélicans ? (ÉE 236).

El campo de refugiados se ha convertido en una casa de acogida donde cada vez son más los que llegan. Me pregunto si ¿ante una situación como ésta, en la que han sido expulsados de sus tierras y traídos aquí para ser olvidados, los hechos tienen el valor que les presta la memoria y si esa memoria lejana los recuerda para coronarlos con una aureola de felicidad.

Adquiere un valor especial la chabola en la que viven Nejma y Aamma Houriya es el lugar de la memoria y del recuerdo, de la intimidad, un espacio al que todos acaban acercándose, no distingue de edades ni sexos, lo han adaptado a la medida de todos, lugar de encuentro, recuerdo y olvido; donde confluyen el pasado y el presente, un espacio de simbiosis de sueño y realidad, una morada que les proporciona sosiego, tranquilidad y calma, es la fuente de vida a la caída de la tarde, es el paraíso que les devuelve los sueños y la felicidad arrebatada.

Alors les enfants du voisinage arrivaient, les uns après les autres. De l’un a l’autre, ils s’avertissaient, et ils s’asseyaient devant la maison, dans la poussière, ou bien ils restaient debout, appuyés contre le mur des planches. Aamma Houriya, quand elle commençait à raconter une histoire de Djinn, avait une voix différente, une voix nouvelle [...]. C’étaient de belles histoires, celles que nous contait Aamma Houriya, assise dans la poussière devant la hutte, pendant que la lumière du soleil s’adoucissait, et le pois du jour diminuait (ÉE 240).

La chabola es también el espacio de la memoria que se llena de palabras de aliento, de cuentos e historias aquí leídas. Es el espacio reducido, el rincón que todos buscan para acurrucarse como si de esta manera trataran de impedir que cualquier fuerza externa les arrebatara lo más preciado: su vida, sus recuerdos; para ellos es el espacio de la imaginación y del recuerdo compartido, el lugar elegido por Aamma para contarles cuentos, historias que les alejen de su dolor. Solamente Nejma es consciente de que los relatos que cada noche cuenta “su tía” son extractos de su propia historia, de su vida.

Elle continuait son récit, et tout d'un coup, mon coeur battait plus vite parce que j'avais compris que c'était notre propre histoire qu'elle racontait, ce jardin, ce paradis que nous avons perdu lorsque la colère des génies nous avait frappés (ÉE 244).

La Historia les ha obligado a abandonar un lugar que les pertenecía para llevarlos a otro donde vivir se hace cada día más difícil, pues como dice la protagonista "el sol no brilla para todos igual". Por consiguiente, podemos decir que estamos ante un espacio devastador, que destruye y mata poco a poco al individuo, espacio de desintegración lenta, un espacio entre tinieblas. Como diría Eva Díaz Pérez<sup>238</sup> "ese siniestro viento de la Historia juega a convertir a los individuos en títeres sin voluntad"

Es obvio pensar que espacios de la memoria que albergan sufrimiento, soledad, al igual que aquellos que dan cobijo a la felicidad y al amor dejen huella en el individuo y se hagan imborrables, pues para la memoria son experiencias convertidas en recuerdo. No cabe duda de que por muy dolorosas que parezcan, suponen un hilo de esperanza, un soplo de aire que alimentan la ilusión de ver cumplidos sus sueños que para Nejma no es otro que el de volver a la tierra de la que un día fue expulsada, regresar a la tierra que la vio nacer.

Parafraseando al antropólogo Augé<sup>239</sup> quisiera concluir añadiendo que "cuando pasamos el tiempo avanzamos en nuestro propio futuro; dicho de otro modo, logramos hacernos un pasado, arrancarnos un pedazo de tiempo, un pedazo de tiempo que podremos volver a utilizar para apuntalar nuestro nuevo presente" (2002: 50-51).

## 6. CONCLUSIÓN

Podemos decir que *Étoile errante* gira en torno a dos ejes fundamentales: la Historia y la memoria, aspectos que han incidido enormemente en la vida del autor, pues él también sufrió las consecuencias de una guerra que le mantuvo alejado de su familia y cuyas huellas vemos reflejadas en toda su obra.

Para Le Clézio la guerra en el mundo rememora y reactiva el trauma de la infancia y de la adolescencia. A través de su obra nos muestra el sufrimiento infligido a individuos anónimos e indefensos. En este escenario de conflicto son los niños las víctimas de un destierro que con el paso de los años se ha convertido en una quimera, son ellos los que sufren y padecen una situación histórica que va minando poco a poco su memoria. Para el autor, tanto las mujeres como los niños son los héroes que nada tienen que ver con el concepto de héroe de la Edad Media: son héroes por su dignidad y capacidad de soportar tanto sufrimiento.

El autor trata de crear en nuestra conciencia el sinsentido y el absurdo de la guerra, está convencido de que es el gran enemigo que hay que vencer, aunque a través de los personajes, en especial desde la mirada de los niños, trate de suavizarlo llevando al lector hacia otros mundos, otros paisajes que edulcoren tanta crueldad. Su constante observación de la realidad y su gran sensibilidad ante lo que le rodea, le permite poder describir la radiografía de un mundo en constante conflicto. De este modo, la exigencia del derecho a la memoria se convierte en un problema moral para los que sobreviven. Intensifica sus críticas a la sociedad de consumo que oprime y niega la libertad, una sociedad carente de valores que promueve el hundimiento de ideales arrastrando al individuo hacia el pesimismo y la angustia.

---

<sup>238</sup> Díaz Pérez, Eva (2013): "A la manera Tolstoiana" en la revista *Mercurio*, núm. 155, nov 2013. Fundación José Manuel Lara.

<sup>239</sup> Augé, Marc (2002): *Diario de una guerra*. Ed. Gedisa. Barcelona

Además del desarraigo y exilio expuesto en su obra, Le Clézio se atreve a enjuiciar el mundo recordándonos la violencia ejercida hacia las mujeres, la explotación de niños, las agresiones ecológicas que hipotecan el porvenir de la tierra. Nos encontramos ante un escritor comprometido con el ser humano y preocupado por su reconocimiento en una sociedad agitada, convulsa y deshumanizada como así lo demuestra en su discurso ante la Academia Sueca, al recibir el Premio Nobel donde expone la necesidad de compromiso por parte de todos y en especial de aquellos que están al frente de políticas que degradan y deshumanizan.

### **REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS**

- AUGÉ, M. (1998): *Las formas del olvido*. Barcelona, Gedisa.
- AUGÉ, M. (1999): “Sobremodernidad. Del mundo de hoy al mundo de mañana”, en *Memoria*, nº 129.
- AUGÉ, M. (2001): *Los no lugares. Espacios del anonimato. Una antropología de la sobremodernidad*. Barcelona, Editorial Gedisa.
- AUGÉ, M. (2002): *Diario de guerra*. Barcelona, Gedisa.
- BACHELARD, G. (2000): *La poética del espacio*. Fondo de cultura económica, México.
- BLANCHOT, M. (1992): *El espacio literario*. Barcelona, Paidós Ibérica.
- CARNHILO, M. (2010-11): *Étoile errante, de J.M.G. Le Clézio. L’Histoire dé-historisée* en [http://carnets. Web.ua.pt/](http://carnets.Web.ua.pt/) revista electrónica de estudios franceses, 2010-2011. Portugal.
- CASTAÑEDA HERNÁNDEZ, M. (2012): “Literatura y memoria en la novela Hispanoamericana”, en la revista *Letralia, tierra de letras*. nº 267, mayo 2012. Venezuela, Letralia.
- CHEVALIER, B. (1997): *Cahiers de Recherches Médiévales* Vol. III, nº. 3. Libraire Honoré Champion. [Revue.org](http://Revue.org).
- CASTILLA DEL PINO, C. (2006): “El uso moral de la memoria” en *El País* (25/07/2006).
- DÍA PÉREZ, E. (2013): “A la manera Tolstoiana” en la revista *Mercurio*, núm. 155, nov. 2013. Fundación José Manuel Lara.
- LE CLEZIO, J. M. G. (1992): *Étoile errante*. Paris, Gallimard.
- LIPOVETSKY, G. (2002): *La era del vacío*. Barcelona, Anagrama.
- NORA, P. (1984): “Entre mémoire et histoire, la problématique des lieux » en Nora, Pierre (dir.) *Les lieux de la mémoire, I. La République*, Paris, Gallimard.
- RICOEUR, P. (2004): *La memoria, la historia y el olvido*. Madrid, Trotta.
- SEIGLE, J. L. (2013): *Al envejecer los hombres lloran*. Barcelona, Seix Barral.
- SUÁREZ EGUIZABAL, M. (2003): “Interrelación entre identidad de barrio y la identidad personal. Un estudio a través de la memoria” en *Zainak*. Cuadernos de Antropología-Etnografía. Nº 24. Donostia, Eusko Ikaskuntza.

## EL ESTEREOTIPO DEL SUR EN LOS RELATOS EN LENGUA ALEMANA SOBRE LA ESPAÑA COTIDIANA

*Tilman KLINGE*

Universidad Rey Juan Carlos  
[tilman.klinge@urjc.es](mailto:tilman.klinge@urjc.es)

### **Resumen**

Los estereotipos del Sur han sido una referencia casi obligada en toda la literatura alemana sobre España en su totalidad, y también, en los relatos sobre la cultura cotidiana. En estos relatos los tradicionales aspectos del sur adquieren una función intercultural que refleja, acompaña y amplía los conocimientos transculturales del autor y son esenciales para el relato. Sin embargo, en las descripciones recientes de la España cotidiana se puede observar una notable reducción en el uso del concepto. Por ello, en el presente trabajo, en primer lugar, se estudiará el género y su tipología, y en segundo lugar, se analizará la aplicación del concepto de Sur. De este modo, se llega a determinar la intencionalidad que recibe el concepto y, en definitiva, a cuestionar su validez en la transferencia cultural.

**Palabras clave:** descripción cultural (hispano-alemana), cultura cotidiana, Sur

### **Abstract**

Stereotyped ideas of "South" were basic in nearly all german literature about Spain and also in Spanish culture descriptions. There-upon they get an intercultural function which acts as a reflection, an entourage and an enlargement of the author's transcultural knowledge. But it seems that this situation changes in recent publications and actually we find less use of this conception. So this research first realizes a definition of this new kind of culture description and afterwards analyses the use of the South-concept and his value for comparative culture sciences.

**Key words:** cultural descriptions, basic culture, South

## 1. INTRODUCCIÓN

En las últimas décadas, los relatos culturales sobre países extranjeros, en el mercado editorial alemán, se han establecido como un género que va ganando adeptos entre los lectores. La oferta sobre los diferentes países aumenta constantemente; series editoriales con títulos como: *Gebrauchsanweisung ...*<sup>240</sup> (Ed. Piper), *KulturSchock ..*<sup>241</sup>. (Ed. Know How), *Länderreihe ...*<sup>242</sup> o *Die Deutschen und ihre Nachbarn*<sup>243</sup> (Ed. Beck) o *Fettnäpfchenführer ...*<sup>244</sup> (Ed. Conbook) se amplían con nuevos destinos a la vez que series más recientes como el *Länderporträts ...*<sup>245</sup> (Ed. Ch. Links), según la presentación en la página web, han llegado a ocupar un puesto clave en la programación. También, el género gana en variaciones y modificaciones, ya que ha enriquecido la base fundamental del estilo meramente periodístico con los más variados relatos documentales, filosóficos, científicos de divulgación, (auto-) biográficos, o migratorios. Sin embargo, en el mundo científico de habla alemana, esta ampliación escasamente encuentra eco en la investigación. Estas publicaciones quedan excluidas de las investigaciones sobre la literatura de viajes, ya que no cumplen el requisito mínimo establecido (Brenner, 1990: 9) de describir viajes auténticos. Esta definición es aceptada generalmente como válida, aunque algunos autores (Biernat, 2004:17-21) reconocen que excluye muchos géneros próximos y destacan, precisamente, el carácter meta-textual de la literatura de viajes. Sin embargo, en la lista de géneros excluidos que plantea, no aparece este tipo de textos y tampoco entre los sustitutos de la función informativa, que cumplía la literatura de viajes tradicional. Únicamente nombra las guías de viajes.

Asimismo, Schaeffers (2008: 159-160) ve un acercamiento del reportaje y la literatura narrativa en obras literarias como: *Deutschlandreise* de Roger Willemsen y *Deutschland, eine Reise* de Wolfgang Büscher. Además destaca que mediante la colaboración de un fotógrafo y un autor tan personal como Jan Weiler “un diario personal de viaje y un libro de fotos encuentran entrada justificada en la literatura de viajes” (Schaeffers, 2008: 158). Sin embargo, este autor evita profundizar en tales nuevas corrientes del relato viajero y destaca la diferente función de los elementos periodísticos e informaciones turísticas en las obras literarias con vista a la autenticidad, interactividad e individualidad buscadas. Tampoco suele incluirse este género en los estudios sobre las guías turísticas: su carácter periodístico-literario y su enfoque general superan el objetivo de las guías, a la vez que el género prescinde de muchos elementos esenciales y fundamentales de la información turística que suelen encontrarse en las guías (Stein, 2011: 35-36). Los relatos de la cultura cotidiana, también quedan fuera de las teorías de la literatura intercultural porque no tienen mayor importancia dada la fijación que muestra esta corriente de investigación en el origen migratorio del autor (Chiellino, 2000: 7-9). Asimismo, tampoco se tienen en cuenta, en los estudios de didáctica de la literatura intercultural, puesto que éstos prestan mucha más atención a los valores culturales y a la influencia de la literatura en

---

<sup>240</sup> *Instrucciones de ...*

<sup>241</sup> *Choque cultural ...*

<sup>242</sup> *Serie países ...*

<sup>243</sup> *Los alemanes y sus vecinos*

<sup>244</sup> *Meter la pata en ...*

<sup>245</sup> *Retrato cultural ...*

la comprensión de lo ajeno. Es decir que se acentúa el sentido de historia literaria orientada al receptor (Bredella, 2000). Los estudios sociológicos y de alteridad, a su vez, se centran más en procesos intelectuales que en géneros textuales (Matthes, 2000). Las ciencias de la comunicación, si es que se dedican a cuestiones interculturales, se basan en la comparación, por lo que superan la descripción cultural que se considera un paso anterior, y además se fijan en la comparación científica y las diferencias con la comunicación intercultural (Loenhoff, 2003: 112). Además, en cuanto se refieren a la literatura, buscan textos más literarios y menos de divulgación y de entretenimiento. Por lo tanto, al estudiar los relatos de países desde un punto de vista de la cultura cotidiana, nos encontramos ante la labor de poder recurrir a las teorías y propuestas de múltiples disciplinas afines, teniendo que matizarlas ante las particularidades del género.

## **2. CARACTERÍSTICAS DE LOS RELATOS DE CULTURA COTIDIANA**

### **2.1 La culturalidad**

El elemento común del género es, obviamente, el enfoque de la cultura cotidiana: Pretende describir un país o una región en su esencia y en su totalidad. Las obras culturales, por lo tanto, se presentan como un reflejo de su función social y con frecuencia se aprovechan para construir una transcendencia simbólica. En el caso español, esto lleva a toda una serie de resultados llamativos de los que aquí sólo se mencionan tres: Drouve describe el camino de Santiago y su leyenda para destacar la unión de los españoles con misticismo, fe y superstición:

Bei den Legenden zerbreche man sich nicht den Kopf bei der Frage nach Wahrheitsgehalt und Fantasieanteilen. Am besten, man macht sich von Anbeginn mit dem Gedanken vertraut, dass Legenden einfach wahr sind. Punkt. Und aus Spaniens Geschichte und Gegenwart und lebendigem Kulturerbe nicht wegzudenken. (2002: 116)<sup>246</sup>

Parr usa el tiempo de Madrid y la reacción de los habitantes para subrayar lo exagerada que ve la sociedad española:

Wenn der Winter kommt in Spanien, moppeln sich alle dick ein, und zwar spanische Menschen wie Hunde. So ungefähr ab Oktober, wenn die Temperaturen knapp unter 20° sinken – also auf die durchschnittliche deutsche Sommertemperatur – holen alle ihre Mäntel heraus. (2010, 303)<sup>247</sup>

Ingendaay aprovecha la biografía de Felipe II, interpretada como escasamente internacional, para describir el localismo español y la importancia que tiene el concepto *mi pueblo* para los españoles:

Wenn ich mir diese Existenz vor Augen halte, fällt mir genau das daran auf: wie klein und umgrenzt sie von Anfang an war. Phillip II war der erste rein spanische Herrscher der habsburgischen Krone, und das bisschen Weltläufigkeit, das er sich als junger Mann bei höfischen Festen in Flandern erwarb, verlor er rasch wieder. Die Bindung ans Enge und Lokale ist den Spaniern noch heute eigen. [...] Denn nicht dass sie Spanier sind, kennzeichnet sie, sondern dass sie aus diesem oder jenen Dorf in der Provinz Cáceres, Murcia oder Zamora stammen. Das hübsche Wort *Patria chica*, «kleines

---

<sup>246</sup> Respecto a las leyendas que uno no se rompa la cabeza en preguntarse por el núcleo veraz y las partes imaginadas. Lo mejor será que, desde el principio, uno se haga con la idea de que estas leyendas son sencillamente ciertas y punto. Y no pueden ser eliminadas ni de la historia, ni del presente español, ni de la viva herencia cultural.

<sup>247</sup> Cuando llega el invierno en España, todos se meten en ropa gorda, tanto los hombres españoles como los perros. Hacia octubre, cuando las temperaturas bajan por debajo de los 20° -es decir la temperatura alemana normal de verano- todos sacan sus abrigos.

Vaterland», drückt diese für ein Agrarland keineswegs ungewöhnliche Anhänglichkeit aus. (2012, 36-37)<sup>248</sup>

Por lo tanto se interpretan las obras y realidades culturales como una mera expresión de los diferentes aspectos de la vida cotidiana como son: la vida social, las relaciones intergeneracionales o familiares, la división del año con las fiestas, la alimentación y su función social, o la geografía. Las informaciones sobre historia, literatura, geografía, historia de arte etc..., sirven de fondo para plasmar lo general y típico de culturas y sociedades.

Analizando la subyacente interpretación del concepto de cultura, este hecho nos lleva a dos consecuencias determinantes. Por una parte, se percibe *cultura* como un bloque, como algo descriptible, definido y acabado. En algunos casos, pocos, pueden encontrarse consideraciones, más o menos implícitas, sobre el cambio cultural. Por ejemplo, cuando se tematiza la crisis económica con sus consecuencias para la vida cotidiana actual; cuando Dahms, al final de su exposición, se pregunta por la validez de la imagen que ha presentado en su libro (2010: 193), o cuando el mismo autor introduce su relato con la individualidad de cada experiencia cultural, por la que cada lector encontrará *su* propia España (7-9). Sin embargo, tales reflexiones representan una minoría, porque la mayoría ofrece la oposición entre *éstos* y *nosotros*, *ahí* y *en casa*: Ambas culturas, tanto la descrita como la receptora, están vistas como entidades establecidas, definidas y concretas y los autores oponen una a la otra.

De esta manera, los textos quedan anclados en el segundo modo de comprender lo ajeno, establecido por Schäffter (1985: 20-22) y las valoraciones emitidas dependen más de las expectativas de cada autor que de las realidades culturales. Es ahí donde se conecta la segunda consecuencia de esta interpretación cultural: sabemos que las presentaciones de culturas ajenas dicen más *del sujeto que del objeto* (Pille, 2007: 21), porque siempre pasan por el filtro de la propia percepción cultural del autor. *Lo absolutamente ajeno le queda inalcanzable al viajero y, si lo alcanza, no puede relatarlo*, destaca Brenner respecto a la literatura de viajes (1990: 660). Recurrir al propio tejido cultural es imprescindible para la presentación de culturas ajenas. El sociólogo Justin Stagl introdujo el concepto de la *nostrificación* (*Nostrifizierung*) para describir esta dinámica necesaria de integrar lo ajeno en nuestras propias experiencias personales y colectivas, aunque esto siempre implique una transformación (Stagl, 1981: 284). En el relato literario, un recurso básico de esta *nostrificación* es el estereotipo, que, a fin de cuentas, no es más que el reflejo de una memoria colectiva. Sin embargo, depende de los conocimientos y la capacidad autocrítica de cada autor para llegar a una *nostrificación reflexiva* evitando la tendencia general de cada actividad intercultural a producir estereotipos (Loenhoff, 2003: 111-112). Si el autor no consigue interpretar su propio tejido cultural o lo oculta tras intenciones adicionales, corre el riesgo de presentar la oposición cultural de forma trivial. En este caso, acaba

---

<sup>248</sup> Cuando observo su personalidad, es exactamente esto lo que me llama la atención: cuán pequeña y limitada era desde los inicios. Felipe II era el primer gobernante puramente español de la corona de Habsburgo y la poca mundanidad, que el joven había adquirido en las fiestas en la corte de Flandes, se perdió rápidamente. La vinculación a lo limitado y a lo local es hasta hoy propio de los españoles [...] Ya que no se caracterizan de españoles sino de su origen de este o aquel pueblo de la provincia de Cáceres, Murcia o Zamora. La bonita palabra de la "patria chica" expresa esta vinculación tampoco tan inusual para un país agrario.

profundizando los estereotipos en lugar de superarlos, tal y como se puede observar en muchas obras del género, sobre todo, las de afán cómico.

## **2.2 El estilo y la figura del autor**

El formato más común de estas publicaciones es el libro tradicional o electrónico. Algunos proceden de artículos periodísticos y puesto que muchos autores tienen el mismo origen, mantienen el estilo de reportaje. Sin embargo, ya que pretenden reflejar toda una cultura, también se presentan como una unidad que abarca un todo. Por lo tanto, aquí nos encontramos tanto con textos descriptivos, donde el autor expone el discurso sobre lo que le parece relevante ante el lector, como con textos narrativos que buscan una inmersión en una cultura ajena describiéndola por medio del proceso de integración. Estas publicaciones son las que más se parecen a los relatos de viajes, sin embargo no presentan la buscada subjetividad individualista que concluye Biernat como novedad de la literatura viajera de la posguerra (2004: 214), a la vez que faltan todos los elementos informativos típicos de la guía de viajes tradicional. El objetivo sigue siendo instructivo, de enseñar toda una cultura. Respecto a esto, el estilo narrativo tiene la función de guiar al lector, de irle enseñando las particularidades a través de los acontecimientos de los protagonistas, y es un elemento que sirve para agilizar el relato. Por último, hallamos textos que mezclan el estilo descriptivo y el narrativo, en donde los elementos narrativos suelen usarse en ejemplos anecdóticos, relatos de acontecimientos adicionales que comprueban una determinada afirmación cultural.

Generalmente predomina el narrador omnisciente. Esta superioridad sobre el lector es, en cierto modo, la razón de ser del autor. A fin de cuentas, él es el enlace entre las dos culturas y relata desde la reivindicación que le otorga el hecho de conocer bien las dos culturas. Dada la interpretación estática de la cultura, no tiene que justificarse respecto a la suya propia: el hecho de que escriba en su idioma y se dirija a sus lectores parece justificarse suficientemente. Por el contrario, nunca faltan las explicaciones sobre su conexión e integración en la cultura descrita: contactos profesionales y estancias prolongadas suelen ser las más nombradas. Si no aparecen ya en la misma (contra-)portada del libro, seguramente se exponen en el prefacio o los primeros capítulos. Son la razón de ser del autor, precisamente, en su función transcultural. Esta función va acompañada de una multitud muy variada de elementos propios de la cultura que la apoyan y refuerzan. Estos elementos pueden ser: la misma naturaleza o partes de ella (fauna, flora, geografía, meteorología), obras arquitectónicas y/o artísticas que puedan servir de símbolo, citas literarias o de sabiduría popular, expresiones de la vida cotidiana (comida, ropa, comportamiento social, productos industriales) o también personas con las que el autor ha entrado en contacto y que avalan sus impresiones. Por lo tanto, cumplen la función intercultural de introducir al lector en la cultura, y de hacerle partícipe de ella. Con esto, los relatos sobre la cultura cotidiana se encuentran en la misma *intersección entre teoría del saber, hermenéutica cultural, estética literaria, filosofía lingüística e historia social* que determina Biernat para la literatura de viajes moderna (2004: 216) y quizás han encontrado eco en el mercado precisamente por las exigencias que transformaron la guía de viaje tradicional en tiempos del turismo de masas (Gutiérrez, 2009: 121).

Se dirigen a un público interesado en una zona cultural, con el objetivo de que profundice en los conocimientos de la misma, de que reciba otros nuevos, y de que se

entretenga. Es decir, el público buscado también son intelectuales, o al menos lectores con una alta disposición intelectual, que probablemente tengan una idea aproximada del tema y busquen diversión al profundizar en ella o al verla superada por nuevas ideas y nuevos datos que reciben durante la lectura.

Además, este afán de lectura agradable no sólo existe en el público formado, tal y como se supone hoy en día entre lectores de libros; sino que además los mismos autores suelen ser profesionales de la palabra: periodistas, lectores, o escritores que ven en este género una ampliación de su labor profesional.

### **3. EL CORPUS**

Ante la cantidad de publicaciones que podrían incluirse en el género, hoy día, es prácticamente imposible realizar un estudio completo de todos y, dado el interés que tiene España en Alemania, no escasean los relatos sobre España.

Por lo tanto, el corpus de este trabajo, está constituido por publicaciones recientes que pueden considerarse representativas del género y la cuestión planteada. Paul Ingendaay y Martin Dahms son corresponsales en Madrid. Ingendaay trabaja exclusivamente para el Frankfurter Allgemeine Zeitung en la sección de cultura, y ha publicado además dos novelas de gran interés. Dahms colabora con varios periódicos y ha publicado guías de viajes de Madrid y de Andalucía. Andreas Drouve es especialista en guías de viajes -no sólo escribe sobre España en general, sino también sobre diferentes regiones españolas (Madrid, Andalucía, Camino de Santiago etc...), y países latinoamericanos y europeos. La serie KulturSchock recibió en 2010 el premio de guías especiales de la ITB. Paul-Albert Wagemann también es periodista y escritor, además con una gran vertiente poética. Sin embargo, al contrario de los anteriores, ha vuelto a Alemania -vive en Berlín- y vivió principalmente en Barcelona. Su libro sigue el formato de reportajes de viaje, pero ya en su título *Spanien, wie es nicht im Reiseführer steht*<sup>249</sup> expresa un claro enfoque instructivo de ofrecer una idea más profunda del país. Andrea Parr, por su parte, es el caso típico de la narración: la familia de cuatro personas (los padres y dos hijos adolescentes) se mudan a Madrid y en el libro se describe la capital de España a través de las dificultades que las diferentes partes de la familia tenían en hacerse con la urbe. Por último, el libro de Thomas Hansen es el único escrito por un aficionado a la escritura. El empresario relata sus recuerdos personales sobre estancias en Barcelona y en Madrid con el claro enfoque de aconsejar a interesados, posibles emigrantes o estudiosos de España (2005: 12). Resulta un libro muy personal que se distingue en muchos aspectos formales de los productos de autores más expertos, pero precisamente por esto tiene un interés especial. Todos estos libros fueron publicados en la primera década del siglo XXI, por lo tanto, dan testimonio de lo que hoy en día, editores y escritores consideran oportuno y adecuado para su público.

### **4. EL ESTEREOTIPO DEL SUR**

Al estudiar los textos bajo el concepto del Sur, en primer lugar, hay que destacar el escasísimo empleo de palabras como *Süden*<sup>250</sup>, *südlich*<sup>251</sup>, *südländisch*<sup>252</sup> o

---

<sup>249</sup> España, como no está en las guías de viaje.

<sup>250</sup> Sur.

<sup>251</sup> sureño.

<sup>252</sup> oriundo del Sur.

*Südländer*<sup>253</sup>. Thomas Hansen introduce al principio el concepto *latino* para todas las personas que hablan un idioma que se basa en el latín, afirmando que es la denominación común de los españoles y lo aplica siempre y cuando busca una unidad superior. Wagemann, en estos casos, aplica el término *mediterráneo* en sustitución de *sureño* tanto en la versión alemana *Mittelmeer*- como en el préstamo *mediterranean(...)*, es decir, se refiere a una denominación geográfica que evita la oposición Norte/Sur. El término Sur tampoco se encuentra en el libro de Martin Dahms, el más periodístico y más enfocado a la actualidad político-social. Por el contrario, en la descripción de Ingendaay el término se encuentra sólo cuatro veces. Por una parte, describe unidades superiores a España (28: in südlichen Kulturen<sup>254</sup>; 142: wie in anderen südeuropäischen Ländern<sup>255</sup>), para lo que también se encuentra la oposición más concreta de Europa de Norte vs. España (Ingendaay, 2012: 43). Por otra parte, suele encontrarse, o bien, al final de un párrafo (149: südliche »oral« Mentalität<sup>256</sup>) para resumir un hecho relatado en un marco superior, o bien, al principio para iniciarlo (142:[Fussball] da ist der südländisch-mediterrane Sinn für kochende Emotionen und großes Spektakel.<sup>257</sup>). Con la funcionalidad generalizadora también aparece en los reportajes de Drouve y, sobre todo, en la narración de Parr, que con su tendencia a la ironía y al sarcasmo frecuentemente llega a afirmaciones fáciles y triviales. Sin embargo, la aplicación más curiosa se encuentra en el libro de Wagemann, que además es la única vez que usa el término. Bajo el título de "Unter dem Touristen da liegt der Strand oder im Süden sind die Menschen viel schöner"<sup>258</sup> (Wagemann, 2004: 40-46) relata su estancia en una playa, aunque le disguste. Acaba en un chiringuito, donde ve a una pareja estilosa y la describe con un lenguaje lascivo y marcadamente sensual bajo la idea de la mayor belleza sureña. Sin embargo, la pareja habla en dialecto brandenburgo-berlinés, por lo que toda referencia anterior al Sur resulta absurda.

Por lo tanto, el concepto de Sur y sus derivados tiene un uso intencionadamente reducido y además, en ningún caso, se trata de valoraciones absolutas y acabadas, sino que el término siempre está en un conjunto con otras valoraciones, explicaciones o simples hechos que le sitúan, interpretan o explican. Esto, desde luego, no quiere decir que no se usen estereotipos sino que, el hecho de que las denominaciones alternativas estén acompañadas por las asociaciones tradicionales sureñas (calor, alegría, vida social activa, naturaleza y productos de la tierra, caos, espontaneidad, etc...) nos muestra que se trata de una sustitución y una concretización. Para el público informado, que consume estas publicaciones, es un concepto demasiado usado y establecido para servir de explicación aunque sea de fondo. Por el contrario, es una construcción hecha, a la que puede recurrirse como referencia global.

Como explicación resulta banal y superfluo, pues es sustituido por denominaciones más concretas, a las que se asocian las mismas ideas, imágenes y tópicos que tradicionalmente se unían al Sur. Ya por el estancamiento en la oposición España vs Alemania / español vs alemán arriba expuesta, son necesarias las generalizaciones, sin

---

<sup>253</sup> persona del Sur.

<sup>254</sup> En las culturas del Sur.

<sup>255</sup> como en otros países sureuropeos.

<sup>256</sup> mentalidad oral sureña.

<sup>257</sup> ahí está el sentido sureño-mediterráneo para espectáculos y emociones.

<sup>258</sup> Por debajo del turista está la playa o en el Sur las personas son mucho más guapas.

embargo ya no sirve el concepto del Sur para ellas. Éste se ve sustituido por otras denominaciones geográficas, como España/español, o por las diferentes regiones españolas de las que se habla. Pero ya no es el término Sur el más adecuado en cumplir esta función generalizadora.

## **5. CONCLUSIÓN**

En las últimas décadas se ha establecido el género de los relatos de cultura cotidiana, que adquiere cada vez más fuerza en el mercado editorial. Se muestra más diversificado no sólo en los países, regiones, lugares y culturas a describir sino también en la forma de presentarse. Abarca una cantidad alta de posibles expresiones que entre sí muestran aspectos comunes como la convivencia de la transculturalidad en la postura del narrador y la interculturalidad de los productos, el enfoque en la cotidianidad de la región en cuestión y la coexistencia de información, enriquecimiento y entretenimiento del lector.

Son los pilares comunes de este género que surge del relato de viajes tradicional para encontrar realizaciones muy diversas que oscilan entre la narración de la integración cultural y la interpretación socio-filosófica de realidades culturales. Su objetivo es el entretenimiento de un público intelectual, informado e interesado en la cultura relatada y encuentra en este trío tanto su razón de ser como sus competencias respecto a otros géneros.

Según este análisis, en el uso del estereotipo de Sur cabe destacar que éste ya no sirve como valoración única. Encuentra escasa aplicación y solamente aparece en conjunto con otras cualidades, y nunca como interpretación, tópico o argumento únicos. Su aplicación se realiza de forma cautelosa e integrada en contextos más amplios y más detallados. Sin embargo, no hay lugar a dudas sobre la importancia que tienen los estereotipos en el género, y también es notable el fuerte anclaje en la oposición entre la cultura de origen y la cultura descrita. Pero, esta oposición ya no se expresa sólo por medio del concepto del Sur, sino que el lector informado de hoy exige conceptos más concretos y más definidos. Es esta la diferencia entre este género y publicaciones periodísticas más generales, destinadas a una utilidad más concreta y dirigidas a lectores menos informados como podrían ser la guía de viajes tradicional o un comentario político-social. En tales publicaciones abunda el concepto y -en segundo caso- hasta invita a la polémica barata. En los relatos de cultura general con su enfoque específico mencionado, el argumento del Sur no satisface las necesidades argumentativas de los lectores sino que se ve reducido o a un mero concepto de fondo o a un elemento cómico que se ridiculiza a sí mismo. Por lo tanto, el Sur ya no es un argumento cultural, sino que para este tipo de comunicación cultural, a este nivel intelectual, se exigen valoraciones más exactas. El concepto se aprovecha, por el contrario, como un sustrato intelectual con múltiple aplicación, que exige un entorno para adquirir sentido.

## **REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS**

- BIERNAT, U. (2004): *„Ich bin nicht der erste Fremde hier.“ Zur deutschsprachigen Reiseliteratur nach 1945.*
- BRENNER, P. (1990): *Der Reisebericht in der deutschen Literatur: Ein Forschungsbericht als Vorstufe zu einer Gattungsgeschichte*, Tübingen.

## **Turismo y representación espacial**

PIÑEIRO MACEIRAS, M.L., CHAPUIS, L. Y RE, M. (EDS.)

BREDELLA, L. (2000): „Fremdverstehen mit literarischen Texten“ in Bredella, Lothar / MEIßNER, F.-J. / NÜNNING, A. / RÖSLER, D. (ed.) *Wie ist Fremdverstehen lehr- und lernbar, Vorträge aus dem Graduiertenkolleg ‚Didaktik des Fremdverstehens‘*, Tübingen, S.133-163.

CHIELLINO, C. (2000): *Interkulturelle Literatur in Deutschland: ein Handbuch*, Stuttgart.

GUTIÉRREZ K., „Vom Pilger zum Touristen“, in: *Estudios filológicos alemanes: revista del Grupo de Investigación Filología Alemana*, 2009, nº 18, pp.113-126.

LOENHOFF, J.: „Kulturvergleich und interkulturelle Kommunikation“, *Germanistisches Jahrbuch GUS „Das Wort“*, 2003, pp.105-114.

PILLE, R.-M.: „Von der Seine zum Ganges – Paris als Geburtsstätte des Indienbildes von Friedrich Schlegel“ in VALENTIN, J.-M. (ed.) *Akten des XI Internationalen Germanistikkongresses Paris 2005 „Germanistik im Konflikt der Kulturen“*, Band 9, Frankfurt et al. 2007, pp.21-26.

SCHAEFERS, S. (2008): *Unterwegs in eigener Fremde*, Dissertation Universität Münster 2008:[http://miami.uni-muenster.de/servlets/DerivateServlet/Derivate-5488/diss\\_schaefers\\_buchblock.pdf](http://miami.uni-muenster.de/servlets/DerivateServlet/Derivate-5488/diss_schaefers_buchblock.pdf) (14-05-2014)

SCHÄFFTER, O. (1991): „Modi des Fremderlebens – Deutungsmuster im Umgang mit dem Fremden“, in idem (ed.) *Das Fremde. Erfahrungsmöglichkeiten zwischen Faszination und Bedrohung*, Opladen pp.11-42.

STAGL, J. (1981): „Die Beschreibung des Fremden in der Wissenschaft“ in: Duerr, H.P. *Der Wissenschaftler und das Irrationale*, 2 tomos, Frankfurt/Main, I, pp. 273-295.

STEIN, S. (2011): *Das Potential individualisierbarer Reiseführer*, Stuttgart: Hochschule der Medien (Stuttgarter Beiträge zur Verlagswirtschaft 7) , [http://www.mediapublishing.org/images/stories/stein\\_volltext.pdf](http://www.mediapublishing.org/images/stories/stein_volltext.pdf) (14-05-2014)

## **Corpus literario**

DAHNS, M. (2011): *Spanien – ein Länderprotrait*, Berlin.

DOUVE, A. (2008): *Kulturschock Spanien*, Bielefeld.

HANSEN, TH. (2005): *Spanien --- von innen betrachtet*, Hamburg.

INGENDAAY, P. ( 2002 / 2012 [ed. ampliada]): *Gebrauchsanweisung für Spanien* , München.

PARR, A. (2012): *Das kommt mir Spanisch vor*, Berlin.

WAGEMANN, P.-A. (2004): *Spanien wie es nicht im Reiseführer steht*, Münster.

Tercera parte

***Recursos y espacios turísticos***

## ANÁLISIS DEL PROGRAMA INTERPRETATIVO DEL ESPACIO TURÍSTICO ARRIBES DEL DUERO

*José Manuel CASTAÑO BLANCO*

Universidad Rey Juan Carlos

[josemanuel.castano@urjc.es](mailto:josemanuel.castano@urjc.es)

### Resumen

El Parque Natural Arribes del Duero está situado en el occidente de Castilla y León, en la frontera con Portugal. En el año 1990 fue declarado Zona de Especial Protección para las Aves y en el 2001 Parque Natural. Se describe el desarrollo del programa interpretativo de uso público del Parque, en el periodo que va desde el año 2005 al 2012 (durante los primeros años apenas hay recogida sistematizada de datos). Se analizan los servicios que prestan los equipamientos, especialmente las Casas del Parque y su papel estratégico en la consecución de los objetivos medioambientales planteados. A partir de la *Memoria de Actividades de la Junta Rectora* correspondiente a los años citados, se analiza el programa interpretación y educación ambiental, así como en el funcionamiento y afluencia de visitantes a las instalaciones y equipamientos.

**Palabras Clave:** interpretación del patrimonio, Parque Natural de Arribes del Duero, comunicación interpretativa, Casas del Parque

### Abstract

The Arribes del Duero Natural Park is located in the western part of Castilla y León, on the border with Portugal. In the year 1990 was declared a special protection area for birds and in 2001 Natural Park. Describes the development of the interpretive program of public use of the Park, in the period that goes from the year 2005 to 2012 (first years there is little systematic data collection). Discusses the services that provide the facilities, especially the "Casas del Parque" and its strategic role in the achievement of the environmental objectives. From the memory of activities of the Governing Board corresponding to the years cited, discussed the program interpretation and environmental education, as well as in the performance and influx of visitors to the facilities and equipment.

**Key words:** Interpretation of heritage, Arribes del Duero Natural Park, interpretative communication, "Casas del parque"

## 1. INTRODUCCIÓN

La afluencia de visitantes a los parques naturales había experimentado un considerable incremento en los últimos años (SGT, 2004), sin embargo en los dos últimos años y debido a la crisis que atraviesa nuestro país, los parques naturales perdieron un 36% de visitantes en 2010 respecto al año anterior. Pese a ello, se puede afirmar que los



Figura 1. Mapa del Parque Natural Arribes del Duero (PNAD).

espacios naturales protegidos (ENP) influyen muy significativamente en la elección de destinos turísticos, al actuar como verdaderos factores motivacionales “pull” (Crompton, 1979). Un territorio, por el hecho de ser declarado ENP, se revaloriza y tiene mayor potencialidad como destino turístico, respecto a otros que no reciben esta denominación.

Uno de los atractivos de los Parques Naturales son los equipamientos de uso público, especialmente los *centros de visitantes*.

Además de ser el primer punto de contacto e información con el visitante, actúan como instrumentos de comunicación e interpretación del patrimonio del territorio. Estas instalaciones de uso público, denominadas, en un comienzo, *centros de recepción o centros de información*, y más tarde *centros de interpretación*, desempeñan un papel estratégico fundamental en la consecución de una cultura ambiental respetuosa con el entorno. Por uso público se entiende el conjunto de programas, servicios y equipamientos, generalmente de titularidad pública y gestión privada, cuya finalidad es poner en contacto a los visitantes con los valores naturales y culturales del territorio, de una forma ordenada y segura, a la vez que garantiza la conservación, la comprensión y aprecio de tales valores a través de la información, la educación y la interpretación del patrimonio (EUROPARC-España, 2005a).

Las estrategias de comunicación que se desarrollan en torno a estos centros no se limitan a la mera transmisión de información sino que van más allá, tratando de dar una significación y una importancia a los diferentes recursos de la zona. Se trata de un

proceso de comunicación-formación o *comunicación interpretativa*, cuyo objetivo es el desarrollo, entre los consumidores, de unas pautas de comportamiento específicas. Lo que va a permitir crear fuertes vínculos entre los diferentes valores del área y los visitantes (Veverka, 1994).



Figura 2. Museos y Centros de Recepción de visitantes del PAD.

Nos proponemos analizar el desarrollo del programa interpretativo de uso público del Parque Natural Arribes del Duero (PNAD) en el periodo que va desde el año 2005 al 2012. Aunque el parque cuenta con 10 años de existencia, hemos elegido esta serie, debido a que durante los primeros años apenas hay recogida sistemática de datos. A partir de la Memoria de Actividades de la Junta Rectora correspondiente a los años citados, se ha analizado el programa de uso público, centrándonos en los que hacen referencia a la interpretación y educación ambiental, así como en el funcionamiento y afluencia de visitantes a las instalaciones y equipamientos.

La relevancia de la interpretación y la educación ambiental en el desarrollo del turismo de naturaleza queda recogida en el Plan de Impulso del Turismo de Naturaleza de España, de la Secretaría de Estado de Turismo y Comercio (2004), que incorpora por primera vez el concepto de Interpretación del Patrimonio (IP) a la definición de turismo de naturaleza, considerándola como una motivación turística fundamental. Hay que señalar al respecto, que en el artículo 22 del Plan de Ordenación de los Recursos Naturales de los Arribes del Duero, se recogen igualmente las actividades de información e interpretación programadas.

## **2. DESCRIPCIÓN DEL PARQUE NATURAL ARRIBES DEL DUERO**

El *Parque Natural Arribes del Duero* (PNAD), creado en junio del año 2001, se sitúa en el occidente de Castilla y León, en el límite SO de Zamora y NO de Salamanca, que sirve de frontera a España y Portugal el propio cañón que forma el Duero en todo su tramo internacional. En el año 1990 fue declarado Zona de Especial Protección para las Aves (UE) y once años más tarde se aprueba el Plan de Ordenación de los Recursos

Naturales para, finalmente, en el año 2002, ser declarado Parque Natural. Como objetivo prioritario se establece la conservación y protección de los recursos naturales, preservando su biodiversidad y manteniendo la dinámica y estructura de sus ecosistemas, en especial los ligados a los valles encajados del río Duero y sus afluentes (Esla, Tormes, Uces, Huebra y Águeda). En este sentido, cabe mencionar, la cigüeña negra (*Ciconia nigra*), especie singularmente amenazada, así como otras aves rapaces, tales como águila perdicera, águila real, alimoche, entre otras.

Etimológicamente la palabra “Arribes” se deriva del latín “*ad ripas*” (a las orillas). El uso del género masculino o femenino para designar a este territorio, ha constituido un debate entre los lingüistas. En la zona zamorana tradicionalmente se ha utilizado el masculino: *Los Arribes*, mientras que en la provincia de Salamanca, el femenino; *Las Arribes* y *Las Arribas*, una parte salmantina del parque corresponde a la denominada *Comarca de la Ribera*.

Debido a la situación de este territorio fronterizo, la colaboración con Portugal (*Parque Douro Internacional*) es primordial, no sólo en el seguimiento de la fauna, sino también en el mantenimiento de las poblaciones de las principales especies de aves y la mejora de recursos. Es imprescindible el establecimiento de criterios comunes de actuación en la gestión y planificación de ambos Parques Naturales en ambos territorios fronterizos. En esta línea, ambos países han desarrollado dinámicas similares y programas complementarios y consensuados para la conservación de la flora y la fauna arribeñas. Dentro del sistema de uso público del espacio protegido, los equipamientos ocupan un lugar preponderante, ya que a la vez que se desarrollan en ellos los servicios de atención y recepción de visitantes, se ofrece información sobre el parque: las características generales del patrimonio natural y cultural de los Arribes, los objetivos de conservación, las prácticas de manejo sostenibles del territorio, hábitos y comportamientos respetuosos con el entorno, los recursos disponibles y actividades que pueden desarrollarse, el significado de la conservación del patrimonio local (EUROPARC-España, 2005a). Todos estos equipamientos además de contar con un soporte físico (una torre, un convento, un mirador natural, etc.) disponen de un proyecto de comunicación, información, interpretación y educación ambiental, que responde a los objetivos de declaración del Espacio Protegido ya citados y que constituyen nuestro principal objeto de estudio.

A lo largo de estos últimos años, el concepto de uso público en Espacios Naturales Protegidos (ENP) ha ido evolucionando paralelamente al propio concepto de espacio protegido, dando así respuesta a una demanda social cada vez más sensibilizada hacia el uso turístico y a la sostenibilidad del patrimonio natural, y a las propias necesidades de estos territorios, frente a las nuevas situaciones y retos planteados. De hecho se ha pasado de una concepción inicial, bastante restringida a otros usos que no fueran actuaciones de interpretación y educación ambiental, a actividades recreativas y turísticas, unidas al desarrollo socioeconómico local. A lo largo del periodo, objeto de estudio, los equipamientos de uso público del PNAD han ido aumentando y diversificándose, con el crecimiento de la demanda y han variado sus propias denominaciones, todo ello reflejo del incremento de los servicios y de los recursos empleados (CENEAM, 2004): *Casa del parque, Centro de interpretación, Aula de naturaleza, Sendero guiado, Sendero autoguiado, Sendero interpretativo, Observatorio de aves, Mirador, Albergue*, etc.

## Turismo y representación espacial

PIÑEIRO MACEIRAS, M.L., CHAPUIS, L. Y RE, M. (EDS.)

Todos estos elementos ofrecen, como veremos, una serie de servicios básicos de información, comunicación/interpretación y educación, así como unos productos de carácter más turísticos, como senderos, exposiciones, audiovisuales, guías, folletos, productos artesanos o alimenticios del PNAD. Los más habituales son los programas de acogida, de comunicación, y especialmente de educación ambiental. Para estos últimos existen diversos documentos de referencia, que ponen el énfasis en el contenido pedagógico de los programas (*guía del docente, guía del explorador*), pero que también incorporan algunas aproximaciones para analizar y evaluar los equipamientos de educación ambiental en función de su tipología, el tipo de usuario o los recursos con que cuenta.

### 3. LA OFERTA DE EQUIPAMIENTOS Y SERVICIOS DEL PNAD

Debido a su gran extensión, el Parque Natural Arribes del Duero cuenta con diferentes equipamientos, entre los que destacamos las denominadas *Casas del Parque*; edificios



Figura 3. Casa del Parque Torreón de Sobradillo (Salamanca).

concebidos como centros de visitantes e interpretación del PN, de acuerdo con el Programa de Parques de la Consejería de Medio Ambiente de Castilla y León. Inicialmente, se crearon dos oficinas de información del Parque, una en Salamanca (en el ayuntamiento de Pereña de la Ribera) y otra en Zamora (en el ayuntamiento de Fariza). El personal encargado de estas oficinas llevaba a cabo una labor muy importante destinada a informar (y sensibilizar) a la población local sobre cualquier aspecto relacionado con el parque y las posibles repercusiones que podría tener la declaración, dando respuesta a las dudas sobre la situación de la zona y su futuro como PN. Posteriormente estas oficinas han ido ampliando sus funciones meramente informativas, al trasladarse e integrarse en las Casas del Parque.

En Salamanca, la Casa del Parque *Torreón de Sobradillo*, creada en 2004, se ubica en la denominada Torre del Homenaje del Castillo de Sobradillo, situada al oeste de la villa. Se ha complementado el Torreón con la visión del antiguo Castillo, y las excavaciones arqueológicas realizadas. Debido a las características estructurales del torreón (edificio del siglo XV y catalogado como BIC) que impedían desarrollar determinadas actividades (talleres, reuniones, oficina técnica), se lleva a cabo un proyecto de ampliación (2007-2010) que la ha dotado de salas polivalentes, dentro del nuevo concepto de uso público ya citado. Se instala el Centro de Información y Documentación Ambiental (CIDA) con accesos a Internet y se crean varias salas expositivas y de trabajo con mayor capacidad.

En la actualidad acoge los siguientes ámbitos expositivos:

- *De río y gentes* (planta baja)
- *En lo más profundo* (planta primera)

- *Un poco de historia* (entrepanta)
- *Subiendo por los arribes* (segunda planta)
- *La penillanura* (planta tercera)
- *Mirador de las almenas* (parapeto almenado de la torre)
- *Sala de proyecciones* (aljibe del castillo)

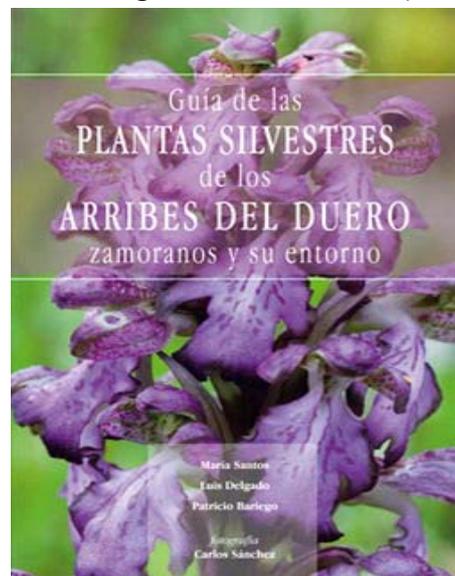


**Figura 4.** Casa del Parque Convento de San Francisco (Zamora).

En la parte zamorana del PN, la Casa del Parque se ubica en el antiguo *convento de San Francisco* en Fermoselle. Este convento, situado frente al núcleo principal de la villa, se funda en el año 1730 (Castaño, 2001), siguiendo la regla de los franciscanos. Presenta como singularidad la reutilización de una antigua iglesia en honor de San Juan Bautista, más conocida popularmente por la advocación de la virgen de la Bandera, adosando al primitivo templo el conjunto conventual barroco.

La Casa del Parque se crea en el año 2006 y su gestión corre a cargo de la Fundación Patrimonio Natural de Castilla y León. El espacio expositivo de la Casa lo componen las tres naves laterales y espacios adyacentes a la estancia conventual, dotada con diferentes elementos para crear los ámbitos de que consta la exposición:

- *Recepción de visitantes*
- *Sala de audiovisuales* (recursos naturales y formas de vida de las gentes de los arribes)
- *Conoce el parque* (maqueta del parque)
- *Ámbito temático* (roca y agua)
- *En vivo y en directo* (Observar el paisaje de los arribes)
- *El rincón de la memoria* (costumbres, fiestas y tradiciones, trabajo cotidiano y oficios)
- *El Parque nos visita* (espacio para exposiciones itinerantes sobre los recursos naturales y culturales). Consta, además, de una sala para taller ambiental en la planta superior y Sala de reuniones y despachos que definen el Área administrativa situada en la bodega del edificio. En ambas Casas del Parque se



**Figura 5.** Guía de las plantas silvestres de los Arribes del Duero.

## Turismo y representación espacial

PIÑEIRO MACEIRAS, M.L., CHAPUIS, L. Y RE, M. (EDS.)

lleva a cabo un ambicioso programa de interpretación y educación ambiental, con el propósito de mejorar la información, la formación y la conservación, a través de las siguientes actividades de Educación Ambiental.

- *Programas de visitas escolares (VEEN).*

Con el objetivo de promocionar los espacios naturales protegidos de Castilla y León, la Consejería de Fomento y Medio Ambiente desarrolla el Programa VEEN (Visitas de Escolares a Espacios Naturales), dirigido a la población escolar de esta comunidad. Para ello se ha editado el siguiente material divulgativo: (a) La *Guía del docente* del Parque cuyo objetivo es dar a conocer el PNAD de manera didáctica interactiva y amena. (b) La *Guía del explorador* está adaptada a los distintos niveles educativos (Educación Primaria y Secundaria). En ella se plantea, una serie de preguntas sobre los recursos y actividades que han realizado. Desde la Central de Reservas de la Red de Casas del Parque, los usuarios realizan la reserva telefónica.

En el periodo 2005-2013, las Casas del Parque desarrollan diferentes actividades dirigidas al público general, llevadas a cabo por equipos de monitores y se enmarcan dentro de los objetivos educativos y de uso público del PN. Incluyen exposiciones temporales, talleres de educación ambiental, talleres de actividades tradicionales, rutas interpretativas, charlas y encuentros profesionales, entre otras.

	Resumen de actividades en las Casas del Parque								
	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013
CPTS	-	5	19	-	-	43	49	46	-
CPCSF	-	4	34	-	-	60	56	46	-

Tabla 1. Actividades realizadas por las Casas del Parque.

Entre las exposiciones destacamos: “Minería romana en Zamora”, “Plantas silvestres medicinales”. Talleres: “Bienvenida a cigüeñas y alimoches”, “Paisajes sonoros, taller para reconocer los sonidos de aves y anfibios del PN”. Recorridos: “Ruta para observación de aves”, “Ruta de los miradores”. Charlas: “Conoce el PAD”.

- *Voluntariado ambiental.*

El programa de voluntariado se organiza y desarrolla desde el año 2006 por la Fundación Patrimonio Natural a través de las *Casas del Parque* y es considerada herramienta integral del programa del PN que parte de un enfoque participativo y que favorece el proceso de aprendizaje. Así en el curso 2007-08, participaron 22 voluntarios de diferentes edades y procedencia y se realizaron labores de limpieza de molinos y lavaderos, la reposición de tejados de chiviteros (con escobas) y la realización de un inventario de cigüeñas en tres localidades. En el año 2012 se llevó a cabo la fabricación de cajas-nido para lechuzas, incluyendo recorridos guiados para descubrir los posaderos de lechuzas (la participaron fue de 12 personas). En cuanto a la puesta en valor del patrimonio etnográfico, ligado al GR14, se hizo limpieza e inventario de elementos etnográficos: molinos, huertos, palomares, chozos y puentes de ribera (participaron 20 voluntarios). Acondicionamiento de riberas y fuentes y eliminación de especies exógenas invasoras (19 participantes).

- *Seminario: salud y áreas protegida.*

Este proyecto se enmarca dentro del programa de trabajo para áreas protegidas 2009-2013 promovido por EUROPARC- España (EUROPARC- España 2009). El objetivo general del proyecto es identificar y dar a conocer los beneficios de las áreas protegidas sobre la salud y el bienestar social. Por primera vez se aborda en España un programa de estas características con el propósito de acercar las administraciones sanitarias y asuntos sociales para aumentar las oportunidades y el apoyo social a la conservación de la naturaleza. Se constituye un grupo de trabajo formado por gestores de áreas protegidas de Castilla y León y expertos en salud de entidades públicas y privadas. Se celebraron en el año 2012 dos seminarios técnicos y se llevó a cabo una actividad orientada a promover hábitos de vida saludable con escolares, personas de la tercera edad, personas discapacitadas y familias, realizando un recorrido por el Parque de 6,5 Km. con una duración de dos horas.

- *Comunicación y divulgación.*

La divulgación sobre los recursos del PN se realiza de dos maneras. Por una parte, mediante un conjunto de señales y paneles interpretativos que acompañan a las infraestructuras de uso público, en la mayoría de los casos, de gran contenido interpretativo. Por otra, el material impreso sobre el PN que se edita desde la consejería de Fomento y Medio Ambiente con los siguientes documentos:

- Folleto del PN con plano de Salamanca y Zamora, reeditado en 2012.
- Libros guía del GR14. Tanto de Salamanca como de Zamora, que incluyen datos genéricos y lugares de interés por los que transcurre cada uno de los tramos de las dos grandes rutas, enlazando todo el parque y facilitando a los visitantes el recorrido por su territorio y conocimiento de sus recursos.
- Folletos con itinerarios de Naturaleza y Cultura, para facilitar la visita por las sendas, pueblos y arquitectura tradicional.
- Folletos de rutas temáticas
  - *Ruta del contrabando* (Hinojosa de Duero)
  - *Ruta de los miradores*
- Convocatorias multitudinarias de actividades de senderismo
  - Ruta de senderismo *Peña la Vela* (Hinojosa)
  - *Castro de las Merchanas* (Lumbrales)

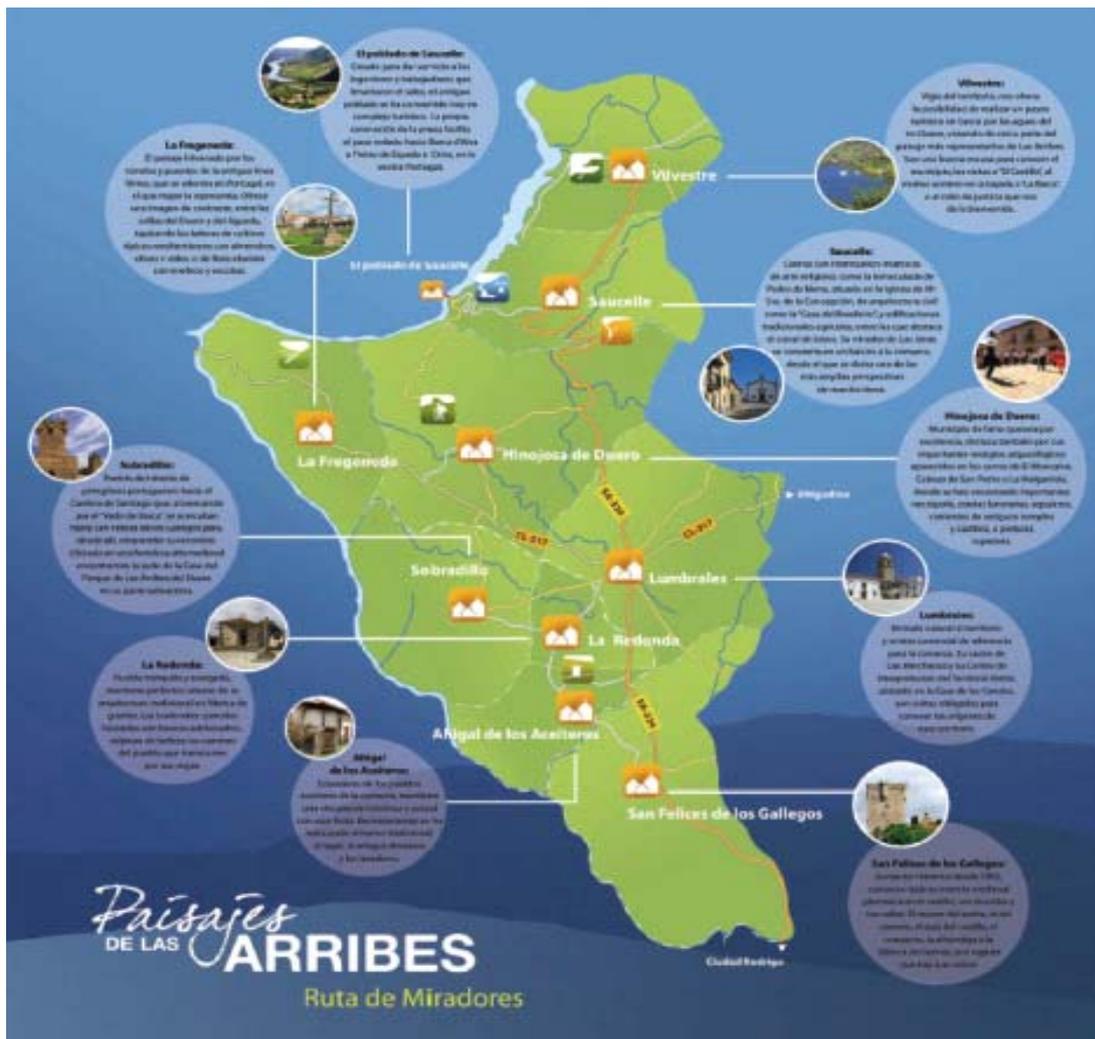


Figura 6. Cartel de la Ruta de los Miradores (PNAD).

Desde la Fundación Patrimonio Natural también se organizan cursos de formación destinados a los miembros que trabajan en las Casas del Parque, para optimizar su nivel de conocimiento sobre el PN y la capacidad interpretativa. Se ha llevado a cabo una exposición botánica itinerante por los diferentes espacios naturales de Castilla y León, donde se muestran, en diferentes vitrinas, ejemplares de plantas fósiles: exposición que va acompañada de una serie de paneles y pantallas interactivas.

### 3.1. Otras infraestructuras de uso público.

Los diversos equipamientos tienen como función es el esparcimiento, descanso, conocimiento del PN, como áreas recreativas y de descanso, miradores.

La reconstrucción o adecuación de los miradores cercanos a lugares singulares, ha sido otra de las opciones consideradas para enriquecer los senderos y caminos de uso público del Parque, habilitando los antiguos accesos a “miradores naturales” que ofrece el propio Arribe, sin añadir ningún tipo de infraestructura. Esto permite la posibilidad de crear espacios interpretativos en el entorno. Igualmente, se ha creado una ruta de los miradores del PN y editado el folleto correspondiente. En este sentido hemos de subrayar la importancia e innovación, respecto a otros espacios naturales nacionales, la puesta en valor del concepto de paisajismo, hasta ahora poco potenciado y desatendido. En este Parque, la red de miradores, de reciente creación,

es un valor añadido y viene a demostrar la importancia de este recurso como paradigma de una naturaleza, de gran belleza agreste y sutil.

### 3.2. Recursos económicos.

Debido a la crisis económica por la que atraviesa nuestro país, la inversión anual en el Parque Natural Arribes del Duero se ha visto reducida de manera significativa (Tabla 1). Mientras que en el año 2006 la inversión fue de 2.662.029,84 euros, en el 2007, fue de 2.776.800,03 euros, de los que 1.605.140 se destinaron a uso público, casas y miradores. En el año 2010, la inversión fue de 2.359.911,20 euros; 814.551 euros para uso público y casas; en el 2011 alcanzó una cifra de 1.484.675,86 (un 10% menos), de ello 731.911 euros fueron destinados al uso público (programas de interpretación, Casas del Parque) y en 2012, 433.142 (un 20% menos) (de los que 154.446 fueron para uso público y casas del parque).

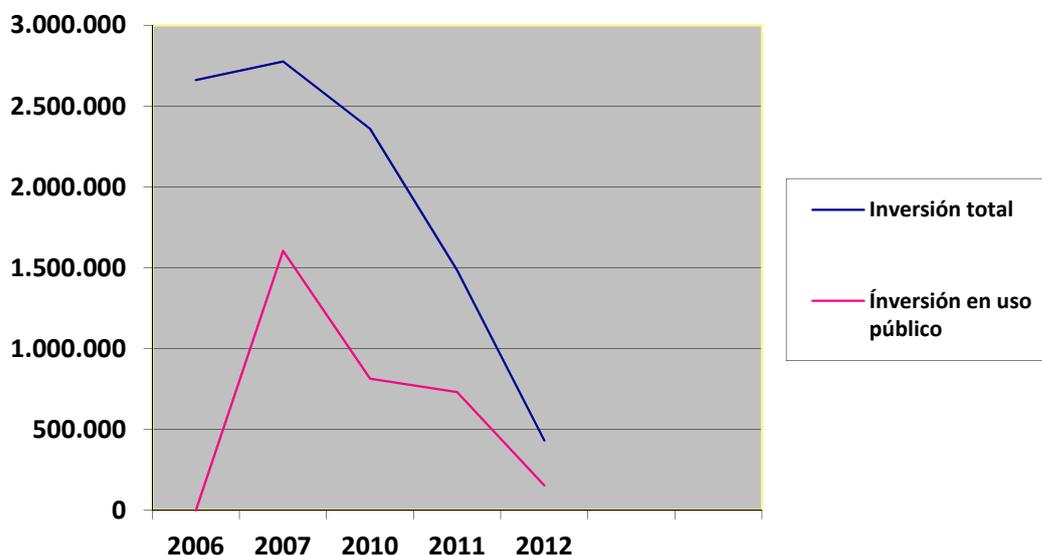


Tabla 1. Evolución de la inversión anual en el Parque Natural.

### 4. PERFIL Y EVALUACIÓN DE LA AFLUENCIA DE VISITANTES AL PNAD

A la hora de establecer el número real de visitantes anuales al PNAD e identificar algunas de las variables de su perfil, hemos de señalar que esta es una tarea compleja y que puede carecer del rigor necesario, al ser libre el acceso al parque. Por ello, conviene hablar de estimaciones. Antes de repasar las cifras que ofrece la Memoria de Actividades, debemos plantear algunos aspectos que influyen en las estimaciones, como el tipo de gestión del Parque en relación al cómputo y estudio de visitantes. En este sentido hay que señalar que se han instalado en el año 2011 determinados instrumentos mecánicos para computar el número de personas que transitan por determinados recursos (senderos, miradores); los llamados *aforadores peatonales* ("cuenta personas"). Este método permite establecer un control del flujo de visitantes y está en directa relación con la conservación de un determinado recurso. No solo refieren a número de visitantes, sino que informan del día y horario de visita, lo que permite conocer las preferencias de los turistas por un determinado recurso y de esta forma poder proponer medidas para el mantenimiento y ordenación de dichos usos, si

fuera necesario. Es un método que pese a proporcionar datos meramente numéricos es mucho más fiable que una estimación basada por ejemplo en la oferta de plazas de alojamiento o la demanda turística de los localidades del parque.

Otro aspecto que dificulta la realización de las estimaciones es la existencia de diversos accesos al PNAD; ya sea por la provincia de Zamora, principalmente por la carretera CL-527 (dirección a Fermoselle), o por la de Salamanca; carretera CL-517 (dirección a la Fregeneda). Desde Portugal, por la CL-517 y por la N-620 en dirección a Salamanca.

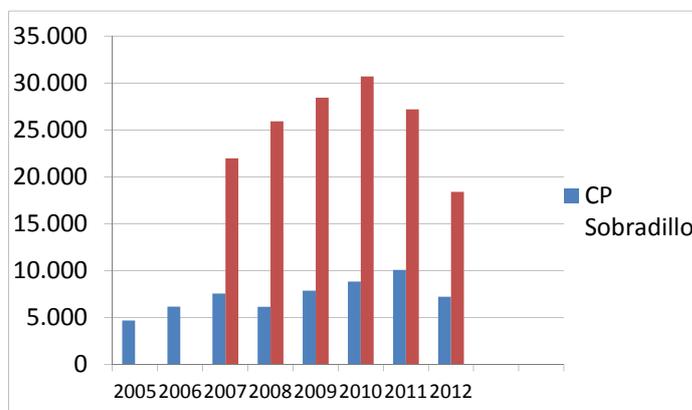
Por último, la manera de organizar el flujo hacia las Casas del Parque, museos y puntos de información, puede también influir en las estimaciones sobre la cantidad de visitantes.

Pese a ser declarado PN en el año 2002, según se recoge en la Memoria de Actividades de la Junta Rectora, los datos sobre la afluencia al Parque comienza a computarse a partir del año 2005 y se fundamentan en tres tipos de fuentes: (a) afluencia derivada de la visita a las dos casas del parque; (b) de los aforadores peatonales; y (c) de los operadores turísticos que comercializan actividades de navegación en el río Duero.

*a) Datos de visitantes a las casas del Parque.*

Respecto a la afluencia de visitantes a las Casas del Parque TS (Tabla 2) y según se desprende de los datos analizados hemos de afirmar un crecimiento moderado desde el año 2005 (algo menos de 5.000 visitantes) que se mantiene durante los años 2006 a 2010, con una media de 7.000 visitantes, hasta alcanzar los 10.076 en el año 2011 (visitantes de fin de semana, grupos organizados y población local), aumentando un 12% con respecto al año 2010. Sin embargo, en 2012 el número de visitas fue de 7.229, lo que supone un descenso de un 28% con respecto al 2011.

Según se desprende de la Memoria de Actividades de la Junta Rectora, el perfil de visitantes incluye los grupos de jubilados y personas mayores que constituyen un número importante de visitantes a la Casa del Parque Torreón de Sobradillo. Gracias al Programa *Espacios Dorados*, estos grupos, concertados de antemano y a través de AAVV, conocen estos servicios de guías de interpretación del Entorno Natural, estando subvencionados en un 50% por la Fundación del Patrimonio Natural y gracias a un convenio con la Gerencia de Asuntos Sociales, desde las casa rurales hoteles y demás alojamientos de la existencia de estos servicios de información.



**Tabla 2. Evolución del número de visitantes a las Casas del Parque.**

La visita de grupos escolares es aún muy escasa. Creemos que el problema está en la distancia a los núcleos poblacionales mayores como Salamanca o Valladolid. Así en 2011 se han recibido 26 grupos con un total de 1260 personas y 21 grupos de colegios con 828 escolares. Respecto a la procedencia de los visitantes: el 63% es de CyL, principalmente de Salamanca en un

92%, seguido de Valladolid y Zamora. El segundo grupo procede de Madrid y de Cataluña. El porcentaje de extranjeros sigue siendo mínimo.

En relación a la Casa del Parque *Convento de San Francisco* de Fermoselle (Tabla 2) se han recibido en 2011 un total de 27.189 visitantes, reduciéndose en un 11% respecto al año anterior. La mayor afluencia tiene lugar en el mes de abril con 5384, seguido de agosto con 4247. En el año 2012 han sido 18.397 los visitantes, de forma que han seguido descendiendo, casi un 32% respecto al 2011.

Cabe destacar, también la menor afluencia de grupos, entre ellos el programa *VEEN*, por la falta de presupuesto de transporte de los colegios. Estos fuertes descensos se explican por la crisis económica, pues el turismo rural también ha descendido. Estos factores se resienten por la reducción de apertura y atención en las propias Casas, tanto en horas como en días, lo que merma las posibilidades en la calidad del servicio. Cabe destacar también la diferencia en el número de visitantes entre ambas casas, del 37% en el 2011 y del 40% en el 2012. Como ya hemos explicado, influye la cercanía de Zamora (55km) y Portugal (donde se ubican municipios grandes como Mogadouro, Bemposta, Miranda de Douro) a la localidad de Fermoselle, que facilita la presencia de personas en esta CP.

La mayor parte de los visitantes son informados por amigos, familiares o bien por internet; un amplio porcentaje (34%) repite la visita. Este porcentaje se ha incrementado en el caso de la CPCSF por el uso, cada vez más frecuente, del Centro de Información y Documentación Ambiental (CIDA).

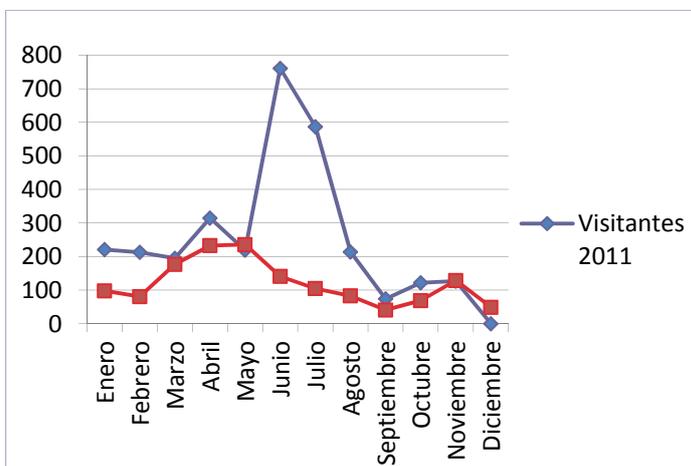
En cuanto a la procedencia, Castilla y León es la comunidad con un mayor número de visitantes (53%), seguida por la Comunidad de Madrid, el País Vasco y Cataluña. En cuanto a países, el primero es Portugal, seguido de Francia y Alemania.

Generalmente, son los meses de primavera los de mayor afluencia, y el mes de agosto.

*b) Datos de los aforadores peatonales*

Los *aforadores peatonales* situados en algunas sendas, tienen como objetivo la cuantificación de visitantes que transitan el Parque por unas determinadas sendas.

En la actualidad el PNAD cuenta con cinco aforadores peatonales; dos en Salamanca (Mirador de Saldeana y Mirador de Villarino de los Aires) y tres en Zamora (Mirador de las Barrancas (Nª Sª del Castillo), GR 14: Tramo Mámoles y Fornillos, GR 14: Tramo Villardiegua y Torregamones)



El aforador de Saldeana se instaló en enero de 2011, en el camino del *Castro de Saldeana*. Desde él se contempla, por un lado, la defensa del castro, rodeado por el río Huebra, y varios molinos situados en *Arroyo Grande*, antes de desembocar en el Huebra. Como se observa en la Tabla 3, se produce en el año 2012 (1.442 visitantes) un caída del

Tabla 3. Visitantes al mirador de Saldeana (Salamanca).

## Turismo y representación espacial

PIÑEIRO MACEIRAS, M.L., CHAPUIS, L. Y RE, M. (EDS.)

53% de visitantes al mirador de Saldeana, respecto al año 2011 (3.048 visitantes). Igualmente se aprecian diferencias en la época del año utilizadas para realizar la visita. Especialmente en los meses de junio y julio.



Figura 7. Mirador de Saldeana (Salamanca).

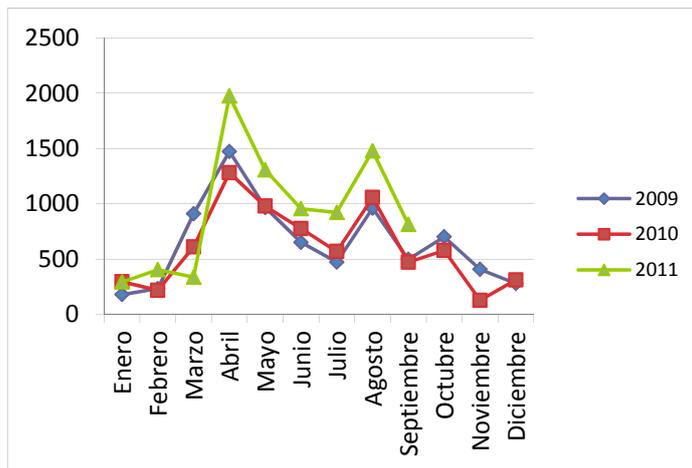


Tabla 4. Visitantes al Mirador de las Barrancas Fariza (Zamora).

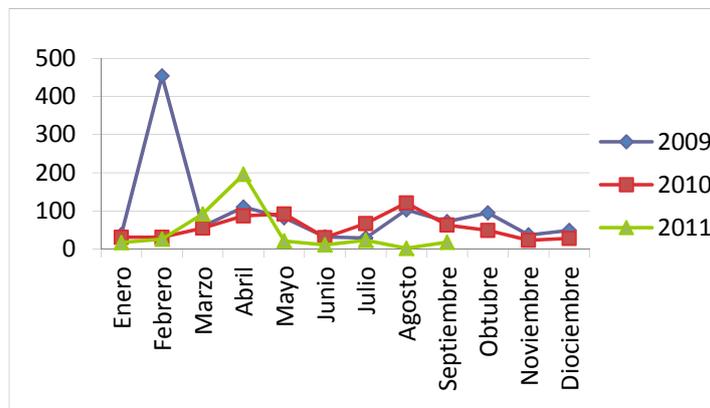


Tabla 5. Visitantes del GR14-Torregamones.

El “Mirador de las Barrancas”, se instala en 2009 en la localidad zamorana de Fariza, en las inmediaciones de la popular ermita Virgen del Castillo. Desde él se contempla el Duero.

Los hallazgos arqueológicos realizados recientemente (2004) confirman la existencia de un asentamiento de población del siglo VIII a. de C.

Por algunos problemas de baterías, no hay datos del aforador correspondientes al año 2012. Según se observa en la Tabla 4, la afluencia de visitantes ha ido aumentando considerablemente en 2011, respecto a años anteriores, con valores en abril de 1.975 visitantes y una media anual de 260 personas/mes. Siendo 7.725 (en 2009), 7259 (2010) y 8.480 (2011).

*c) Datos de los operadores de navegación*

Debido a las presas de Aldeadávila y de Saucelle, el Duero en su curso tranquilo por el Parque es profundo y posibilita la navegación. En la valoración de afluencia de visitantes al Parque Natural Arribes del Duero, debemos también incluir las visitas que reciben los cuatro operadores turísticos que realizan dichas actividades de navegación, desde las embarcaciones autorizadas en el PN. Una de ellas, ubicada en la localidad de Aldeadávila (El Corazón de Las Arribes, S.L.), ofrece recorridos guiados en un catamarán acristalado.

La segunda (Sociedad Transfronteriza Congida-La Barca, S.L.) situada en Vilvestre, aprovecha el tramo del Duero del salto de Saucelle y ofrece los mismos servicios turísticos. También, de forma ocasional, se organizan cruceros turísticos que parten del Muelle de Vega Terrón en La Fregeneda (Salamanca) y de Barca d'Alba (Portugal) y recorren el tramo final del río Duero en su desembocadura por Oporto. Desde Portugal, los dos operadores se ubican en las localidades de Bemposta y Miranda de Douro.

En el caso de España, todas las personas que acceden a los barcos, visitan el PN y un porcentaje pequeño las Casas del Parque. En el caso de Portugal, un alto porcentaje también lo hace, pero lo comparte con la visita al PN portugués. Las actividades que se realizan son recorridos interpretados por el río Duero. Según los datos aportados en 2011-2012 los operadores recibieron un 10% menos de visitas que en años anteriores. La media de visitantes por operador oscila entre 25.000 y 30.000 visitantes.

## **5. CONCLUSIÓN**

El Parque Natural Arribes del Duero dispone de una diversidad y un número creciente de equipamientos interpretativos que ofrecen un programa completo de actividades, que incluye exposiciones, audiovisuales genéricos sobre el espacio protegido, conferencias, jornadas, etc. Igualmente, cuenta con una red de calidad de senderos y rutas de alto contenido interpretativo. Se observa que los equipamientos disponen de planes de gestión ambiental, en algunos casos compartidos con Portugal, que establecen criterios proambientales en su planificación, construcción y gestión. Además de ofrecer los servicios propios a los visitantes, cuenta con diferentes programas dirigidos específicamente a la población local, como charlas, seminarios, encuentros, ferias gastronómicas, talleres, etc. Según se recoge en la Memoria de Actividades de la Junta Rectora, el número total de visitantes anuales al PNAD fue de 130.000 en el año 2012, mientras que en el año 2010 fue de 100.000.

Igualmente, el PNAD cuenta con un servicio de mantenimiento de las infraestructuras, realizando limpieza de sendas, recogida de basura ligadas al uso, obras de reparación de elementos, reposición de señalización y pequeñas obras de conservación del parque. Este servicio dispone de dos cuadrillas de trabajadores, cinco en Salamanca y cuatro en Zamora. Todo el personal empleado en estas cuadrillas pertenece a las poblaciones locales y cercanías, son buenos conocedores de los oficios tradicionales y de los usos constructivos de la zona, lo que confiere un gran valor al equipo cuya ayuda resulta importante para el PN. El Parque genera un empleo de cierta estabilidad para la población de estas comarcas, lo que favorece que la riqueza generada se traslade al resto del PN de forma indirecta, al contar con proveedores y materiales del entorno más cercano.

## Turismo y representación espacial

PIÑEIRO MACEIRAS, M.L., CHAPUIS, L. Y RE, M. (EDS.)

En cuanto al acceso a los equipamientos y servicios ofertados, se puede afirmar que cuentan con aparcamientos adecuados y seguros para vehículos y autobuses, muchos de ellos están preparados, para el acceso de personas con discapacidad física, aunque no así de personas con discapacidad visual ni auditiva. Los programas interpretativos son accesibles en varios idiomas (castellano, portugués e inglés). Los recursos económicos destinados al uso público y, en concreto, a los equipamientos han disminuido significativamente en los últimos años.

El eje vertebrador del PNAD son los senderos GR14 y GR14.1, en torno a los cuales se desarrollan los programas de actividades.

A lo largo del periodo de estudio (2005-2012), el desarrollo de los programas de comunicación, interpretación y educación han permitido, creemos, alcanzar en parte los objetivos marcados, tanto en el marco del patrimonio cultural y natural, como en el de la sensibilización y educación ambiental de la población del Parque. La información que ofrecen (temas, tópicos) sigue en parte algunos de los principios de la comunicación interpretativa (Veverka, 1995), tanto en los llamados *objetivos de aprendizaje*, es decir, lo que se espera que el visitante pueda identificar tras la visita (como el significado de los chozos, la existencia de los verracos, la construcción de paredes –cortinas-, algunas aves, entre otros) como en los *objetivos comportamentales*, verdadero propósito del programa interpretativo; lograr que la mayoría de los visitantes adquiriera un determinado comportamiento como la utilización de folletos y guías, la adquisición de un libro sobre el Parque, con recorridos turísticos por la zona, así como el mantenimiento de las pautas de la arquitectura tradicional, por parte de la población local. También en los denominados *objetivos emocionales*: que el visitante sienta, comprenda y acepte las razones del cambio de comportamiento. A la terminación del programa interpretativo el nivel de curiosidad y de interés será mayor, los usuarios estarán más sensibilizados hacia la preservación de las especies o del patrimonio cultural del parque y tendrán una mayor empatía con la población local. Además estarán más motivados para ver otras exposiciones temporales, las colecciones de un determinado museo, etc.

El PNAD dispone de una imagen y una identidad visual propias, cada vez más popular entre los usuarios del turismo de naturaleza, fundamentadas en diversas publicaciones (folletos, mapas, guías), si bien sería necesario contar con una web oficial de rigor y calidad. A lo largo de más de diez años desde la declaración del Parque Natural Arribes del Duero, este se ha consolidado como figura de protección medioambiental transfronteriza, compartida por las provincias de Salamanca y Zamora y las zonas limítrofes de Portugal. Mantiene mecanismos de comunicación estables con otros organismos autonómicos, así como con entidades e instituciones portuguesas, relacionados con la gestión de este territorio.

En cuanto a la experiencia de la visita y su valoración por parte de los visitantes, hay que señalar que, por el momento, no se ha creado ningún instrumento de evaluación de la gestión del Parque. Por ello no contamos con datos sobre la calidad de la información y los tópicos que tratan los senderos interpretativos o la información recibida en los equipamientos, en relación con las expectativas del visitante. Desconocemos si se han alcanzado los objetivos interpretativos antes mencionados. En este sentido, sería importante realizar una encuesta periódica a gestores públicos y privados, visitantes y población local, que recogiera una serie de cuestiones fundamentales, relacionadas, por un lado, con la utilidad de este espacio natural para

la población de esta comarca fronteriza: el aprovechamiento forestal y ganadero, su función sociocultural y de salud pública, su nuevo aprovechamiento turístico y los impactos generados.

Por otro, con dos grandes preguntas: ¿por qué un visitante desearía conocer el Parque Natural Arribes del Duero? y ¿Cómo se debe utilizar la información objeto de interpretación? La respuesta a la primera cuestión es desde luego fundamental para la presentación del programa interpretativo. Si no podemos dar varias razones por las que un visitante desearía aprender dicha información difícilmente estará satisfaciendo esa necesidad. La respuesta a la segunda cuestión se convertirá en objetivos de comportamiento del programa.

Éstos serían algunos ejemplos "generales" de objetivos interpretativos del PNAD: describir las principales características naturales del área o los tres principales estilos arquitectónicos de los edificios históricos; porqué fueron utilizados dichos estilos y no otros; entender cómo la economía tradicional influyó en el crecimiento de la comunidad; sensibilizar hacia la importancia de la preservación de los espacios naturales y de la historia local como beneficio público; fomentar la empatía con la población local y su patrimonio material e inmaterial.

Finalmente, señalar también la carencia de un sistema de evaluación del grado de satisfacción de los visitantes: ¿Cómo valoran los usuarios su satisfacción respecto a la atención recibida en los principales equipamientos y servicios de información, interpretación y educación ambiental?

#### **REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS**

- ATKINSON, C. (1994): "Evaluación de la interpretación o cómo adaptar la interpretación a nuestras necesidades". En Arturo Crosby (dir.) *et al: Interpretación ambiental y Turismo rural*. Madrid, Centro Europeo de Formación Ambiental y Turística.
- CASTAÑO BLANCO, J.M. (2007): "Museos y Centros de Interpretación en el ámbito rural", *Periférica, Revista para el análisis de la cultura y el territorio* 8: 45-63.
- CASTAÑO BLANCO, J.M. (2011): "Patrimonio cultural y territorio. Una propuesta para la creación de un centro de interpretación de la arquitectura popular en el Abadengo (Salamanca)", *Museo y Comunicación: un tiempo de cambio*. Madrid, Universidad Rey Juan Carlos, pp. 131-175.
- CROSBY, A. (dir.) *et al.* (1994): *Interpretación ambiental y Turismo rural*. Madrid, Centro Europeo de Formación Ambiental y Turística.
- GÓMEZ-LIMÓN, J. (2002): "La demanda turística en espacios naturales". En Viñals (ed.): *Turismo en Espacios Naturales y Rurales II*. Valencia, Universidad Politécnica de Valencia.
- GARCÍA, P. (1994): "Los centros de interpretación para visitantes". En Arturo Crosby (dir.) *et al: Interpretación ambiental y Turismo rural*. Madrid, Centro Europeo de Formación Ambiental y Turística.
- HAM, S.H. (1992): *Environmental interpretation. A practical guide for people with big ideas and small budgets*. North American Press. Goleen CO.
- MORALES MIRANDA, J. (2001): *Guía práctica para la interpretación del Patrimonio. El arte de acercar el legado natural, cultural al público visitante*. Junta de Andalucía (2ª ed.).
- TRAVERSO CORTÉS, J. (1996): "Comunicación interpretativa: Variable clave en el Marketing mix de las empresas de turismo rural". *Estudios Turísticos*, 130, 51-71.

**Turismo y representación espacial**

PIÑEIRO MACEIRAS, M.L., CHAPUIS, L. Y RE, M. (EDS.)

SECRETARÍA DE ESTADO DE TURISMO Y COMERCIO (2004): *El Turismo de Naturaleza en España y Plan de Impulso*. Madrid, Ministerio de Industria, Turismo y Comercio.

VEVERKA, J.A. (1995): *Interpretative master planning*. Falcon Press, Helena MT.

## LOS MUSEOS COMO AGENTES DINAMIZADORES DEL ESPACIO URBANO

*Trinidad VACAS GUERRERO*

Universidad Rey Juan Carlos

[trinidad.vacas@urjc.es](mailto:trinidad.vacas@urjc.es)

### Resumen

En España va adquiriendo cada vez mayor importancia el turismo cultural. La potencialidad de nuestro país en este sector es grande dada la gran riqueza patrimonial con que cuenta, y dentro de este contexto, algunos de los museos son considerados como importantes recursos turísticos.

Desde finales de los años setenta muchas ciudades europeas plantean diferentes estrategias de revitalización y renovación urbana basándose en elementos culturales, una de las consecuencias va a ser que la ciudad se convertirá en el principal destino del turismo cultural. Los museos han ampliado sus misiones sociales y se han convertido en equipamientos fundamentales de las políticas culturales de las ciudades en las que se ubican. Hemos de resaltar el papel que tiene el museo en la actualidad como regenerador urbano, siendo piezas clave de planes y proyectos de rehabilitación y recuperación en el marco de las políticas urbanísticas de ciudades españolas y europeas.

Al analizar la ciudad como ese espacio integrado donde se desarrolla principalmente el turismo cultural hoy en día, comentaremos algunas actuaciones coordinadas llevadas a cabo en materia de turismo y museos en diversas ciudades europeas, americanas y españolas, para acabar considerando el caso madrileño del Paseo del Arte, tras las importantes renovaciones y ampliaciones realizadas recientemente que hacen que podamos decir que el patrimonio cultural museístico está actuando como el principal instrumento de atracción en esta área de la ciudad. Del mismo modo también es una de las causas de las futuras transformaciones urbanísticas proyectadas en esta zona de la capital.

**Palabras clave:** museos, espacio urbano, turismo cultural, Paseo del Arte

### Abstract

Cultural tourism is rising more and more in Spain. Our country's potential in this sector is huge, due to its great patrimonial wealth. In this context, some Spanish museums are considered important tourist resources. Since the end of the 70's, many European cities have proposed different strategies for urban revitalization and renovation based on cultural elements. That's why cities are the main destination for cultural tourism. Museums have increased their social targets and have turned themselves into fundamental tools for cultural policies. Nowadays, we must highlight the role that museums play as an urban regenerative element. It is the key in projects of rehabilitation and, also, in European and Spanish urban policies.

In the following article, we discuss some coordinated interventions which were done in the museums of some European, American and Spanish cities. We'll finish with the cultural example of Madrid: El Paseo del Arte, due to the important plans of extension and renovations which have been made recently. For this reason, we can say that museums' cultural heritage

serves as the main attraction tool in this part of the city, and that it's an important factor in some of the urban plans which are being projected in Madrid.

**Keywords:** museums, urban space, cultural tourism, Paseo del Arte

## **1. INTRODUCCIÓN**

La importancia de la actividad turística en la economía de numerosos países es hoy indiscutible. En España, donde sigue predominando el turismo de sol y playa, va adquiriendo cada vez mayor importancia el turismo cultural. La potencialidad de nuestro país en el sector del turismo cultural es indudable dada la gran riqueza patrimonial con que cuenta, y dentro de este contexto, algunos de los museos son considerados como importantes recursos turísticos, dentro de ellos hemos de destacar el papel que juegan hoy en día las exposiciones temporales con una alta demanda por parte de los visitantes. La ciudad de Madrid se consolida como una de las ciudades europeas más visitadas y se convierte, junto con Barcelona, en los principales destinos urbanos de España, debido en parte al buen comportamiento de la demanda del turismo cultural.

Desde finales de los años setenta muchas ciudades europeas plantean diferentes estrategias de revitalización con la idea de renovar su propia imagen, de ahí los numerosos procesos de renovación y regeneración urbana que se van a ir produciendo, gran parte de ellos van a utilizar la "cultura" como elemento central y una de las consecuencias va a ser que la ciudad se convertirá en el principal destino del turismo cultural. Los museos, tras las profundas transformaciones experimentadas desde las últimas décadas del siglo XX, han ampliado sus misiones sociales y se han convertido en equipamientos fundamentales de las políticas culturales de las ciudades en las que se ubican. Hemos de resaltar el papel que tiene el museo en la actualidad como regenerador urbano, siendo piezas clave de planes y proyectos de rehabilitación y recuperación en el marco de las políticas urbanísticas de ciudades españolas y europeas.

Al analizar la ciudad como ese espacio integrado donde se desarrolla principalmente el turismo cultural hoy en día, comentaremos algunas actuaciones coordinadas llevadas a cabo en materia de turismo y museos en diversas ciudades europeas, americanas y españolas, para acabar considerando el caso madrileño del Paseo del Arte, tras las importantes renovaciones y ampliaciones realizadas recientemente que hacen que podamos decir que el patrimonio cultural museístico está actuando como el principal instrumento de atracción en esta área de la ciudad, así como que es una de las causas de las futuras transformaciones urbanísticas proyectadas en esta zona de la capital.

## **2. EL TURISMO CULTURAL EN LA ACTUALIDAD: LOS MUSEOS COMO RECURSOS TURÍSTICOS**

El turismo es una de las actividades económicas mundiales más importantes en la actualidad y es un indiscutible factor de desarrollo e intercambio humano. Según datos proporcionados por la OMT (2013), en el año 2012 las llegadas de turistas internacionales han alcanzado los 1.035 millones y los ingresos proporcionados por dichos movimientos alcanzaron el billón 75 mil millones de dólares. Los principales destinos por el número de turistas recibidos han sido: Francia (83 millones), Estados

Unidos (67), China (57,7) y España ocupando el cuarto lugar (57,7). Las veinte primeras ciudades del mundo por turistas internacionales recibidos aparecen reflejadas en el cuadro número 1, mientras que las principales ciudades europeas, donde se localizan importantes instituciones museísticas, han sido: Londres que ha recibido 15.9 millones de turistas, París 13.9, Estambul, 10.4, Barcelona 8.4, Milán, 6.8, Roma 6.7, Amsterdam 6.3, Viena 5.4, Madrid 4.7 y Praga 4.4, según los datos del año 2012 proporcionados por el informe Mastercard (2013).

	<b>Ciudad</b>	<b>Turistas</b>
1	Bangkok	15.980.000
2	London	15.960.000
3	Paris	13.920.000
4	Singapore	11.750.000
5	New York	11.520.000
6	Istanbul	10.370.000
7	Dubai	9.890.000
8	Kuala Lumpur	9.200.000
9	Hong Kong	8.720.000
10	Barcelona	8.410.000
11	Seoul	8.190.000
12	Milan	6.830.000
13	Rome	6.710.000
14	Shanghai	6.500.000
15	Amsterdam	6.350.000
16	Tokyo	5.800.000
17	Vienna	5.370.000
18	Taipei	5.190.000
19	Riyadh	5.050.000
20	Los Angeles	4.840.000

**Tabla 1. Ranking de ciudades mundiales por visitantes internacionales recibidos (2012).**  
Fuente: Mastercard 2013.

En el año 2011 (IET, 2012) España recibió 56,46 millones de turistas internacionales, lo que ha supuesto un incremento del 7,6% con respecto al año anterior. Reino Unido, Alemania y Francia aglutinaron el 55% de estas llegadas. Al mismo tiempo, se han producido 160,8 millones de viajes turísticos de los españoles, el 91,7% fueron viajes dentro de España siendo Madrid, Cataluña y Andalucía las principales comunidades emisoras de los viajes de los residentes en España, así como Andalucía, Cataluña, Castilla y León y la Comunidad Valenciana fueron los principales destinos. El turismo en nuestro país genera el 11% del PIB nacional y se considera un motor de crecimiento económico actual y futuro (IET, 2012).

La tipología turística más demandada en España es el denominado “turismo de sol y playa”, caracterizado por la alta estacionalidad y muy concentrado geográficamente en el litoral mediterráneo y Canarias, mientras que otras tipologías turísticas tienen todavía una escasa importancia cuantitativa, aunque son prioritarias ante la necesidad de diversificar la oferta si se quiere atraer nuevos segmentos de la demanda o como complemento y enriquecimiento del turismo heliotrópico ya existente. Los otros productos turísticos que van adquiriendo cada vez mayor importancia, son el de negocios y congresos, el deportivo, el rural y activo, el de naturaleza, y por supuesto, el turismo cultural y de ciudad.

## Turismo y representación espacial

PIÑEIRO MACEIRAS, M.L., CHAPUIS, L. Y RE, M. (EDS.)

El turismo cultural es un mercado de creciente importancia, donde hay buenas oportunidades derivadas sobre todo de las nuevas tendencias en el comportamiento de los turistas en la actualidad: el aumento de la frecuencia de los viajes, la disminución de la duración de los mismos, y la tendencia a distribuir diferentes motivaciones a lo largo del año.

En España el turismo cultural se desarrolla como consecuencia fundamentalmente de dos factores:

- a) La necesidad de diversificación del mercado turístico.
- b) La creciente demanda de las clases medias urbanas, con un alto nivel de estudios, interesadas en conocer y experimentar algo especial, distinto de la oferta turística masiva, con contenido cultural simbólico, espiritual o histórico.

En 2012 (MECD, 2013) el 19,7% de los turistas extranjeros que visitaron España, tuvieron como motivación principal el turismo cultural, destacando por su mayor interés hacia estos temas, los estadounidenses, italianos, suizos, holandeses, belgas y franceses. El porcentaje de extranjeros que realizan actividades culturales, aunque ésta no sea su principal motivación para viajar a España, es bastante más alto alcanzándose el 53.9% de los turistas. Este hecho refleja la importancia del turismo cultural como complemento de otras tipologías turísticas más demandadas.

Para los turistas españoles el interés por el turismo cultural es algo menor, el 7.4% de los viajes totales tienen como motivación principal fue el turismo cultural (14% del total de viajes por ocio, recreo y vacaciones). Sin embargo a la hora de realizar actividades culturales, el porcentaje se eleva hasta el 50.7%. Entre los valores que generan más satisfacción y por lo tanto son los más destacados por estos turistas se encuentra: la riqueza patrimonial histórico-artístico-natural con que cuenta nuestro país; la existencia de servicios turísticos de apoyo; la accesibilidad a los recursos patrimoniales; el estado de conservación del patrimonio y la calidad ambiental del entorno.

Estas cifras reflejan un incremento en la demanda de turismo cultural en nuestro país, tanto extranjero como nacional y esto está repercutiendo positivamente en la recuperación y adecuación del patrimonio cultural, en el aumento de las visitas a los principales museos y en la dinamización económica de ciertas ciudades que cuentan con estos recursos.

Podemos afirmar que el mundo turístico está sufriendo un sustancial cambio en los albores del siglo XXI, surgen nuevos mercados emergentes, se producen más viajes y de menor duración, se prima la calidad frente al volumen, la competencia cada vez es mayor, etc. Ante este panorama, el turismo español puede llegar a perder su posición hegemónica y por ello se hace necesario plantearse una teoría del turismo español, cuestión que ya han comenzado a abordar las distintas autoridades responsables del turismo nacional. Así en 2001 se aprobó el *"Plan de Impulso al Turismo Cultural e Idiomático"*, en él se presenta una relación de medidas para apoyar la creación de oferta cultural así como su promoción y comercialización por el sector turístico, además de contribuir a la difusión de la imagen de España en el exterior. En 2007 Turespaña en el documento *"Horizonte 2020 del Turismo Español"* habla de la consolidación del turismo cultural y de ciudad como segundo producto turístico de nuestro país, de la amplia riqueza del patrimonio cultural español, del incremento sustancial de la demanda europea por los productos urbano y cultural, del aumento del número de ciudades que están configurando una oferta turística propia como

medida dinamizadora de su economía, de la importancia de trabajar hacia la sostenibilidad de este producto turístico y de los recursos culturales que lo forman, así como de la escasa gestión turística de los recursos culturales.

Por otra parte, si el empleo del término “turismo cultural” por las instituciones, los operadores culturales y turísticos y los responsables de la planificación del territorio se ha impuesto recientemente, la noción no es verdaderamente nueva. Se puede decir que las primeras formas de viaje y de turismo han sido naturalmente las culturales, sin embargo el turismo cultural como producto específico alcanza entidad propia hace pocos años y su concepto ha sufrido una rápida evolución influido por los cambios conceptuales que se están produciendo en el campo del patrimonio y por los cambios sociales y los consecuentes cambios de la demanda que busca nuevas formas de consumo cultural (Grande Ibarra, 2001).

Existe una toma de conciencia de las Instituciones Internacionales desde la reunión de ICOMOS en Bruselas en 1976 donde se firma la *Carta del turismo cultural* en cuyo segundo párrafo se dice que: “El Turismo aparece como uno de los fenómenos susceptibles de ejercer sobre el entorno del hombre en general y sobre los lugares y monumentos en particular, una influencia muy significativa. Esa influencia habrá de estudiarse y ser objeto a todos los niveles de una política concertada y efectiva”. En ella se mostraban también las recomendaciones y preocupaciones de distintas instituciones internacionales como la OMT, la UNESCO y el Consejo de Europa sobre la relación cultura y turismo.

Desde entonces son múltiples las definiciones que sí intentan explicarnos en que consiste el turismo cultural. La Organización Mundial del Turismo (1985) lo define como “todos los movimientos de personas para satisfacer la humana necesidad de diversidad, orientados a elevar el nivel cultural del individuo, facilitando nuevos conocimientos, experiencias y encuentros”, o el grupo de trabajo de la *European Association for Tourism and Leisure Education* (ATLAS, 1991): “el movimiento temporal de personas hacia una atracción cultural fuera de su lugar habitual de residencia, con la intención de satisfacer sus necesidades culturales”. Desde la Secretaría General de Turismo se realizó a lo largo de 2000 un estudio sobre el turismo cultural en España con el objeto de conocer la realidad actual y sus potencialidades, y se estableció la siguiente definición: “Turismo cultural es un viaje, a lugares diferentes de la residencia habitual, motivado por el deseo de conocer/comprender/estudiar otras culturas, experimentado principalmente en las actividades culturales”.

La demanda del turismo cultural, según Turespaña (2001), se caracteriza por ser un colectivo de todas las edades, aunque con un peso específico importante de los menores de 50 años (80,7%), el nivel de estudios es alto (el 71,4% estudios universitarios), el poder adquisitivo es medio (42,7%) y medio-alto, viaja en pareja (52,8%), realiza un gasto medio de 190 €, con una estancia media de 3/4 días y es importante el alto nivel de repetición y de satisfacción. Los valores que especialmente destacan estos turistas son: la riqueza patrimonial histórico-artística-natural, la existencia de servicios turísticos de apoyo, la accesibilidad a los recursos patrimoniales, la calidad ambiental del entorno y el estado de conservación del patrimonio.

La potencialidad de España en el sector del turismo cultural es indudable dada la gran riqueza patrimonial con que contamos: es el país del mundo con más bienes culturales y naturales declarados Patrimonio de la Humanidad (54 declarados en 2013). Los bienes inmuebles inscritos como Bienes de Interés Cultural son 16.559, de ellos 13.093

son monumentos, 90 jardines históricos, 954 conjuntos históricos, 338 sitios históricos y 2.084 zonas arqueológicas. A todo ello hemos de añadir los 11.225 bienes muebles inscritos como Bienes de Interés Cultural (MECD, 2013).

Los recursos culturales más visitados en España por los turistas españoles son, en primer lugar, los monumentos y yacimientos (38.8%), en segundo lugar los museos, exposiciones y galerías de arte (37,6%). En cambio los más visitados por los turistas europeos son los museos (56%), los monumentos (33%), las galerías y exposiciones (25%), los centros de espectáculos artísticos (13%) y los festivales (9%).

El hábito de visitar museos viene incrementándose ligeramente en los últimos años. Dentro de este contexto, los museos son considerados como importantes recursos del turismo cultural. España cuenta con 1.529 museos y colecciones (MCDE, 2013) que han sido visitados por 59 millones de personas en 2012.

Según Ramos Linaza (2007, pp. 93-95), el número de museos ha crecido notablemente en los últimos años, también sus presupuestos, la frecuentación, la diversidad tipológica, las nuevas fórmulas de gestión, así como se ha mejorado el estado de las obras y los medios de presentación, se multiplicaron las actividades didácticas, se ampliaron las plantillas y se mejoró notablemente la formación del personal.

En los últimos años se observa cómo el turismo está influyendo en la oferta cultural de las ciudades, destacándose dentro de ella las exposiciones temporales organizadas por los distintos museos que están adquiriendo cada vez mayor importancia hasta llegar a convertirse en uno de los recursos turístico-culturales más demandados en la actualidad, así como grandes y esperados acontecimientos, espectaculares sucesos mediáticos, o meros objetos de consumo cultural. Según los datos del Ministerio de Cultura, en 2010 el 45% de los museos españoles realizaron exposiciones temporales, siendo el número medio de 6,1 exposiciones al año. Cataluña es la comunidad que mayor número de exposiciones realizó, seguida de Ceuta, País Vasco y Cantabria; y la tipología de museos que más exposiciones temporales ha organizado, han sido los de Arte Contemporáneo.

Las exposiciones temporales son un instrumento básico en la divulgación y difusión de los contenidos de los museos, son el canal principal de comunicación entre un museo y su público y entre los muchos aspectos positivos que podemos destacar de su realización, están entre otros: rentabilidad económica directa e indirecta, rentabilidad sociocultural, conservación y difusión del patrimonio, experimentación y aplicación de mejoras museográficas, divulgación de las investigaciones, etc. Estas exposiciones han adquirido, en numerosas ocasiones, más relevancia que la propia exposición permanente del museo, ya que son la actividad más notable de los museos, convirtiéndolos en centros de atracción pública, sobre todo aquellas exposiciones-espectáculo que acaparan la atención de los medios y que acaban suponiendo un importante éxito en cuanto a número de visitantes (fotos nº 1, 2, 3), uno de los objetivos fundamentales que persigue el museo. No obstante hay que señalar la actual preocupación, que a veces puede llegar a ser determinante en la programación y en el destino de los recursos económicos y humanos del museo, de las grandes exposiciones temporales, lo que repercute e interfiere en otras funciones fundamentales e inherentes al propio museo (Vacas, Giménez, 2007).



Foto nº 1. Exposición de Tintoretto (2007).  
Museo del Prado 350.000 visitantes (foto de la autora).



Foto nº 2. Exposición de J. Sorolla (2009).  
Museo N. del Prado 460.000 visitantes.  
J. Sorolla, *El baño del caballo*. Museo Sorolla.



Foto nº 3. Exposición Dalí (2013). MNCARS 732.339 visitantes.  
Foto de la autora.

### **3. EL MUSEO Y EL ESPACIO URBANO**

El proceso de concentración urbana a nivel mundial constituye una de las tendencias sociales y económicas características del siglo XX y que sin duda, seguirá produciéndose en el siglo XXI. Dentro de este marco, las ciudades están desempeñando un papel protagonista en muy diversos aspectos, pero en lo relacionado con el estilo de vida vinculado a la sociedad del ocio, viene dotándose a las ciudades de un elevado atractivo como lugar de experiencias turísticas asociadas al desarrollo de espacios culturales, centros comerciales, parques de ocio, la celebración de espectáculos musicales o eventos deportivos, gastronómicos, de artes escénicas o de ocio nocturno.

Como consecuencia de ello, el turismo se ha ido consolidando como una de las principales actividades económicas y fuente de renta y empleo en la mayoría de las grandes ciudades. En España, según el informe publicado por Exceltur (2013) desde el año 2002, tanto el número de viajeros como las pernoctaciones realizadas en las ciudades ha mostrado una tendencia ascendente. Un buen número de ciudades españolas, apoyándose en ese incremento del turismo, han desarrollado proyectos

## **Turismo y representación espacial**

PIÑEIRO MACEIRAS, M.L., CHAPUIS, L. Y RE, M. (EDS.)

dirigidos a la rehabilitación de su patrimonio histórico, la construcción de nuevos equipamientos de arquitectura singular (museos, palacios de congresos, auditoriums, parques de ocio), o la creación y mejora de los espacios públicos.

El turismo urbano en nuestros días está desempeñando un importante papel, a pesar de la compleja situación económica y social actual, contribuyendo a reducir la estacionalidad, extendiendo sus efectos positivos a otras zonas de su área de influencia, incrementando los ingresos turísticos y el gasto medio diario, por su capacidad de atracción de un turista con mayor poder adquisitivo, etc.

Dentro del marco emergente de las políticas urbanas, el sector artístico y cultural ha jugado cada vez un papel más significativo y ello va a quedar reflejado en la futura evolución de las ciudades. El patrimonio cultural y las actividades artísticas han reflejado siempre el papel y la función de cualquier ciudad. Desde finales de los años 70 muchas ciudades europeas, enfrentadas a un desafío común de planificación, renovación y regeneración urbana, han utilizado cada vez más la "cultura" dentro de estrategias de revitalización para renovar la imagen de la ciudad, haciendo que las actividades culturales sean esencialmente urbanas. La cultura es cada vez más el negocio de las ciudades, la base de las atracciones turísticas y la que marcará el perfil singular de cada ciudad frente a otras con las que entra en competencia.

Las políticas turísticas urbanas tienen la cultura como un elemento central y por ello la ciudad se ha convertido en el principal destino del turismo cultural, que a su vez se constituye en motor de la dinamización local y desarrollo económico. Por todo ello debería fomentarse esta tipología turística a través de una adecuada planificación sostenible de los recursos culturales, de la creación de productos turísticos culturales atractivos, o del incremento de la comercialización y promoción de los destinos turístico-culturales.

Los desplazamientos de ocio urbano-cultural, como hemos comentado previamente, no dejan de aumentar y tienen como destino las ciudades, en las que los museos y las políticas museísticas que se siguen son considerados elementos clave para el desarrollo integral de estos espacios.

Al hablar de la relación entre los museos y las ciudades en la actualidad, hemos de resaltar la profunda transformación experimentada por los primeros en la segunda mitad del siglo XX, así podemos afirmar que han pasado de ser espacios reservados para una élite social y cultural, a ser lugares, en ocasiones, con una gran afluencia de público, lo que está planteando el realizar estudios de capacidad de carga en algunos de ellos, algo que es novedoso en este tipo de recursos culturales, aunque sí se ha realizado en otros monumentos que reciben cifras millonarias de turistas anuales. O también, como afirman otros autores, que han pasado de ser templos sagrados dedicados a la investigación y conservación, a lugares donde además, han aparecido otras funciones destinadas claramente a la atención al público, llegando actualmente a tener cada vez más importancia la captación y aumento de visitantes, la promoción, y en definitiva, la utilización de las técnicas del marketing para conseguirlo. Podemos decir, en resumen, que los museos han ampliado sus misiones sociales y se han convertido en equipamientos fundamentales de las políticas culturales de las ciudades en las que se ubican.

Los grandes museos han sido tradicionalmente referentes culturales por excelencia, lugares de visita obligada por todo aquel que quiere conocer una ciudad, de ahí que podamos decir que siempre han sido destino del turismo cultural, constituyéndose en

uno, si no el principal, recurso turístico urbano. Así podemos destacar claros ejemplos de ciudades turístico-culturales como París, Londres, Roma, Florencia, Viena o Atenas. Aunque no hemos de olvidar que dentro de este turismo urbano cultural sólo se incluyen una pequeña parte de los museos con que cuentan estas ciudades, los más importantes, que acaparan cifras muy elevadas de visitantes, mientras que el resto prácticamente son desconocidos incluso por los propios residentes de las mismas. La incorporación de los museos de forma genérica al turismo cultural en nuestro país, es un hecho relativamente reciente, y todavía no son muchos los casos que podemos destacar por tener una cierta importancia. De los mil quinientos museos españoles, no llegan a cuarenta los que superan los cien mil visitantes anuales y los que superan o se acercan al millón no sobrepasan la decena.

Pero sí podemos afirmar que actualmente, por medio de nuestros museos, podemos contribuir al logro de diversos objetivos, no sólo culturales sino también económicos – a través de la generación de riqueza inducida en otros sectores-, medioambientales, educativos, urbanísticos, sociales o turísticos. Desde los años 80, los más importantes museos han conseguido convertirse en referentes culturales de los territorios en los que se ubican y en equipamientos clave para proyectar la “imagen” de las ciudades, así han configurado espacios civiles que caracterizan a las ciudades que los poseen y su ubicación en ellas contribuye a dar vida y dinamismo a estas zonas.

Entre los recientes museos que se han construido o han remodelado sus sedes con una arquitectura de vanguardia de la mano de importantes arquitectos podemos citar el Museo de las Ciencias Príncipe Felipe, dentro de la Ciudad de las Artes y las Ciencias de Valencia (S. Calatrava, 2000), Museo de Almería (Paredes y Pedrosa, 2005), el Museo de Arte Contemporáneo de Castilla y León (MUSAC diseñado por Tuñón y Mansilla, 2005), Museo de Medina Azahara (F. Nieto y E. Soberano, 2009), Museo Arqueológico de Vitoria (F. Mangado, 2009), la musealización de la Villa Romana de la Olmeda, en Pedrosa de la Vega, Palencia (Pedrosa y Paredes, 2009), la ampliación del Museo de San Telmo (Nieto-Sobejano, 2011), el Museo de las Colecciones Reales en Madrid (Mansilla y Tuñón, actualmente en construcción y que prevé su apertura en 2015), por citar solo algunos ejemplos.

Queremos resaltar especialmente el papel que tiene el museo en la actualidad como regenerador urbano: hoy en día los museos no son planificados de forma aislada sino que forman parte de estrategias de regeneración urbana con objetivos muy diversos y así, se han convertido en piezas clave de planes y proyectos de rehabilitación, recuperación y revitalización de los centros históricos en el marco de las políticas urbanísticas. Entre las consecuencias de esta reciente función de algunos museos, sobre todo los recientemente creados de arte contemporáneo, encontramos que el museo reestructura y cualifica su entorno inmediato (fotos nº 4), introduce nuevas funciones en la zona, reestructura la trama urbana, genera edificaciones de nueva planta, o proporciona una nueva dotación de equipamientos e infraestructuras, servicios, espacios verdes, diseño urbano, etc.



Fotos nº 4. Remodelación de la plaza e inmuebles junto al CaixaForum Madrid.  
Fotos de la autora.

Algunos ejemplos en España de este efecto regenerador del museo sobre el medio urbano en que están ubicados pueden ser los siguientes:

Los planes y proyectos urbanísticos de Barcelona llevados a cabo recientemente están relacionados con la localización racional de los museos dentro de la trama urbana buscando un equilibrio de funciones culturales y así el Plan de Museos del Ayuntamiento de Barcelona (1985) establecía las líneas de actuación municipal en el ámbito patrimonial mediante la estructuración de cinco grandes ejes museísticos en la morfología urbana:

- El primer eje se situaba en la montaña de Montjuïc, donde debía llevarse a cabo la restauración del Palacio Nacional para dar acogida al Museu Nacional d'Art de Catalunya, y donde se localizaban el Museu Etnològic, el Museu d'Arqueologia y la Fundació Miró, y posteriormente la recuperación de la fábrica modernista para el CaixaForum Barcelona.
- El segundo núcleo, en el corazón del Raval, donde se edificaría el Museu d'Art Contemporani de Barcelona y se rehabilitaría la Casa de la Caritat, todo ello encuadrado dentro de un ambicioso plan de recuperación integral del barrio bastante degradado y marginado socioeconómica, arquitectónica y urbanísticamente.
- El tercer núcleo, el denominado Barrio Gótico, se va a vincular a la historia, uniendo al Museu d'Història de la Ciutat, el Institut Municipal d'Història y el Archivo Histórico, sin descartar la posibilidad de incluir el Archivo de la Corona de Aragón.
- El cuarto, en el barrio de la Ribera, con el Museu Picasso (que ha seguido anexionándose edificios contiguos de origen gótico tras su recuperación) y el Museu Tèxtil i de la Indumentaria. Posteriormente se han ido ubicando en otros edificios históricos actividades relacionadas con las artes y la cultura (Sala de Exposiciones de la Caixa, Galería Maeght, etc.).
- Por último, en la Ciutadella se quería concentrar los museos de ciencias naturales con la intención de vincularlos al Parc Zoològic allí ubicado.

Este Plan de Museos también planteaba favorecer la aparición de nuevos equipamientos y nuevas propuestas surgidas del compromiso con el patrimonio, la cultura y el arte de la sociedad civil, y más especialmente, de las principales instituciones financieras catalanas. Ya en el año 1980, se inauguró el Museu de la Ciència de la Caixa de Pensions, al que se añadiría, años después, el Centro Cultural de

la misma Fundació. Por su parte, la Caixa de Catalunya adquirió y llevó a cabo la rehabilitación de la Pedrera para convertirla en Centro Cultural en donde desplegar sus actividades. Desde la década de los noventa, la ciudad se ha convertido en un punto de referencia para el turismo cultural europeo.

Otro ejemplo de reestructuración de la ciudad por parte del museo es el Centro Gallego de Arte Contemporáneo de Santiago de Compostela, obra de Álvaro Siza (1989). Ubicado en la periferia del centro histórico en una zona urbanísticamente caótica, ha logrado crear nuevas perspectivas que potencian el conjunto urbano y sus edificios, algunos históricos y otros menos valiosos.

En Valencia el centro Julio González del Instituto Valenciano de Arte Moderno, 1989 (IVAM) estaba inmerso en la revitalización y regeneración residencial, social, económica y cultural de este sector urbano degradado del barrio del Carmen, zona de origen medieval, aunque el trazado actual se remonta al siglo XIX. Todo ello se incluía en una serie de planes de protección y reforma de los seis barrios que forman la Ciutat Vella.

Para intentar compensar el declive de su tradicional base industrial, la ciudad de Bilbao realizó en la década de los noventa una clara apuesta política y urbanística por la inversión en infraestructuras culturales que culminó en 1997 con la inauguración del Museo Guggenheim, en 1998 con la inauguración del Palacio Euskalduna de Congresos y de la Música y en 2001 con la Ampliación del Museo de Bellas Artes de Bilbao. En la margen izquierda del Nervión se han ido instalando otros equipamientos: Auditorio, las salas de exposiciones Rekalde, la Fundación (escenario de teatro y danza), la Asociación Mediaz, el centro Urazurrutia, el proyecto Consonni, etc., realizándose una profunda transformación de todas estas áreas abandonadas tras la reconversión industrial y reconvertidas para usos terciarios, residenciales, comerciales y culturales.

En el área urbana de Valladolid donde ha quedado instalado el Museo Patio Herreriano (fotos nº 5, 6 ), inaugurado en 2002, se ha realizado una importante rehabilitación de una zona altamente degradada en la que se ha llevado a cabo una intervención arquitectónica bastante respetuosa con los edificios históricos del antiguo monasterio de San Benito que aún se mantenían en pie y que han sido destinados a diversos fines, así el patio de la Hospedería es sede de oficinas del Ayuntamiento y lugar de celebración de espectáculos, la iglesia de San Benito y un sector del patio de Novicios lo regentan los carmelitas descalzos, la iglesia de San Agustín es la actual sede del Archivo Municipal, y el denominado Patio Herreriano, se ha adecuando para museo de Arte Contemporáneo al que se ha añadido un edificio de nueva construcción para ampliación del mismo. En el espacio central se genera una gran plaza de entrada, que potencia el edificio y sirve de punto de reunión. Alrededor del edificio se han creado zonas peatonales y se han proporcionando espacios para distintas actividades. Con todo ello se ha dotado de un nuevo atractivo turístico a la ciudad en base a la creación de este nuevo museo y la importante renovación urbana de su entorno.



Foto nº 5: Vista de San Agustín desde el Museo Patio Herreriano  
Fotos de la autora.



Foto nº6. Museo Patio Herreriano Valladolid

Fuera de nuestro país diversas metrópolis de tradición industrial están llevando a cabo, en todo el mundo, cuantiosas inversiones en infraestructuras culturales. Así, en EE.UU., Cleveland ha realizado el *“Rock and Roll Hall of Fame and Museum”*, un complejo cultural diseñado por el conocido arquitecto I. M. Pei, que alberga una de las mejores colecciones de objetos de la historia del rock y de la música moderna en general. Por su parte, Filadelfia ha puesto en funcionamiento un conjunto de auditorios y teatros que integrarán la *“Avenue of the Arts”*, un corredor urbano dedicado a la cultura de casi dos kilómetros de longitud. Y en Europa, ciudades como Liverpool, Glasgow o Frankfurt han realizado durante los últimos años un notable esfuerzo para ampliar su oferta de equipamientos culturales, materializado en proyectos como la *“Tate Gallery Liverpool”*, el *“Royal Concert Hall”* de Glasgow o los quince museos construidos en Frankfurt a lo largo de las riberas del río Main (*Museumsufer*). Todos estos proyectos han tenido importantes efectos de renovación urbana en las áreas donde se ubican y algunos autores lo relacionan con los denominados *“distritos culturales museísticos”* (Trimarchi, 2004).

#### **4. ALGUNAS ACTUACIONES COORDINADAS LLEVADAS A CABO EN EL ESPACIO URBANO EN MATERIA DE TURISMO Y MUSEOS**

En algunos países, los museos e instituciones culturales ubicados en sedes vecinas se han convencido de los beneficios de colaborar entre sí para ofrecer una mejor experiencia al visitante. Han surgido así, distritos culturales que tienen un importante papel que desempeñar en la vida de la ciudad y que están muy relacionados con la actividad turística. A esta concentración de la oferta artística suele añadirse la aparición de otras instituciones culturales, y todo ello genera un valor añadido a la

ciudad que se proyectará a través de una “imagen” buscando la competitividad con otras urbes.

En Berlín, uno de los aspectos más significativos de la reconstrucción, posterior a la reunificación, ha sido el renacimiento de la céntrica “Isla de los Museos” (*Museumsinsel*), denominada así por encontrarse en una isla entre el río Spree y el canal Kupfergraben, junto a la céntrica calle *Unter der Linden*, representa uno de los conjuntos más significativos y turísticos de la ciudad. En ella se han reunido una serie de instituciones formando una entidad urbanística coherente. Es un programa apoyado en proyectos arquitectónicos de gran escala, pero también en el análisis de las necesidades del público y las experiencias que componen su visita a los diferentes museos de la Isla. Se ha pretendido una visión integral del espacio y se ha aprobado un “Plan Maestro” que establece un marco de cooperación entre los cinco museos de la Isla: el Museo Antiguo (*Altes Museum*), el Museo Nuevo (*Neues Museum*, en fase de rehabilitación y prevista su reapertura para 2009), la Galería Nacional Antigua (*Alte Nationalgalerie*), el Museo Bode (*Bode Museum*), y el Museo de Pérgamo (*Pergamonmuseum*). Declarada Patrimonio de la Humanidad por la UNESCO en 1999, las propias obras que se están realizando actualmente se han convertido a su vez en exposición dentro de las actividades del museo, donde puede verse una recreación virtual en 3D de lo realizado hasta ahora y lo que queda por realizar.

En Washington, los “Museos del Mall” es un conjunto de instituciones que forman uno de los grandes complejos culturales del mundo. La concentración de grandes museos ejerce la atracción de nuevas instituciones, deseosas de establecerse en la zona para compartir el prestigio que otorga y la afluencia de público que comporta. En el plano individual, la cooperación entre las instituciones permite realizar acciones de promoción conjunta y coordinar sus políticas de entradas, transportes, aparcamiento y programas de actividades. Los museos situados en este gran parque público, en el centro de la ciudad son la *National Gallery of Art*, *National Air and Space Museum*, *American History Museum*, *Natural History Museum*, *Botanic Gardens*, *Smithsonian Museums* (alberga 11 museos del *Smithsonian Institute*), etc.

Ambos casos, el de Berlín y el de Washington han servido de modelo para la creación de otros conjuntos en sus reactivas áreas de influencia.

En Londres, el “Barrio de los Museos” (*The Museum Quarter*, en *South Kensington*) ha tenido, desde el siglo XIX, una identidad cultural distintiva (Gómez Martínez, 2006). En los últimos años, el *Victoria and Albert Museum* de artes decorativas y diseño, el *Science Museum* y el *Natural History Museum* han mejorado sus respectivas sedes. Ahora estudian la manera de presentar toda la zona como una entidad unitaria, con un sistema de circulación coherente que facilite la visita conjunta.

En la capital austriaca, el “Barrio de los Museos de Viena” (*MuseumsQuartier Wien*), es una llamativa zona cultural formada por edificios barrocos restaurados (las antiguas caballerizas del Palacio Imperial de Invierno), a las que se han agregado modernas y vanguardistas construcciones, que ocupa una superficie en torno a los 60.000 m<sup>2</sup> dedicados al arte contemporáneo y la cultura moderna. Entre los museos, el *Leopold Museum*, el *Museum Moderner Kunst* (Fundación Ludwig), el *Kunsthalle* (centro de exposiciones de vanguardia), el *Tabakmuseum*, el *Architekturzentrum*, o el *Kindermuseum*, rodeados de otras muchas instituciones culturales y artísticas.

También Ámsterdam presenta su “Barrio de los Museos”, en la zona sur de la ciudad, sobre todo en la denominada *Museumplein*, plaza rodeada por el *Rijkmuseum* y el *Van*

## Turismo y representación espacial

PIÑEIRO MACEIRAS, M.L., CHAPUIS, L. Y RE, M. (EDS.)

*Gogh Museum* (los mayores atractivos artísticos y turísticos del país), el *Stedelijk Museum* de arte moderno, el *Nederlands Filmmuseum*, y, junto a ellos, el famoso auditorio *Concertgebouw*.

El “Paseo del Arte” madrileño, y las recientes renovaciones y ampliaciones que se han llevado a cabo en sus museos, puede encuadrarse en esta tendencia mundial que vemos en otras importantes ciudades, sobre todo europeas. El Museo Nacional del Prado es el recurso turístico-cultural más importante de Madrid y el elemento esencial del producto turístico que forma junto con el Museo Nacional Centro de Arte Reina Sofía y el Museo de la Fundación Thyssen-Bornemisza. En 1994 se firmó un convenio entre el Ministerio de Cultura, Turespaña y el Ayuntamiento de Madrid y se creó una tarjeta para la entrada a los tres museos, la finalidad principal era turística. Hoy podemos decir que el “Paseo del Arte” es un producto turístico totalmente consolidado tanto nacional como internacionalmente, y es el que mayor demanda presenta en la ciudad de Madrid (figura 1).

Las importantes remodelaciones que se han producido en estos museos vienen dadas porque se espera que la afluencia de público siga incrementándose (figura 1), se pretende también que la visita sea lo más enriquecedora posible y que la satisfacción del visitante sea alta. Al mismo tiempo, desde la administración estatal, se marca el objetivo de alcanzar altos niveles de calidad en todos sus servicios y cumplir un papel revitalizador en la zona, y en definitiva, en la ciudad (Ministerio de Cultura, 2004).

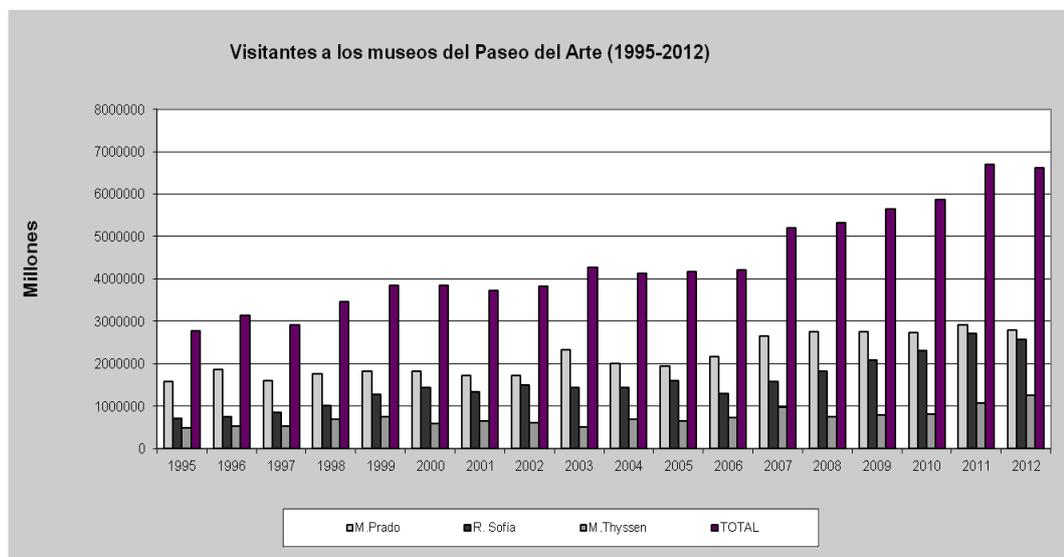


Figura 1. Evolución de los visitantes del Paseo del Arte (1995-2012).

Elaboración propia. Fuente: Memorias de los museos.

Las ampliaciones de los tres museos (Vacas, 2005), han supuesto más de 64.000 m<sup>2</sup> de espacio expositivo adicionales, junto con nuevos auditorios, bibliotecas y otros equipamientos, además de una importante oferta de servicios destinados al público como, cafeterías, restaurantes, tiendas, etc. Los proyectos arquitectónicos han sido llevados a cabo por reconocidos arquitectos de fama internacional, el Estudio BOPBAA (Museo Thyssen- Bornemisza), Jean Nouvel (MNCARS), y Rafael Moneo (Museo Nacional del Prado).

En los próximos años, nuevas instituciones culturales tienen previsto incorporarse a este espacio, e importantes proyectos urbanísticos desarrollados por otras

instituciones públicas van a potenciar aún más la oferta y el funcionamiento de este enclave estratégico de la ciudad. Este “Nuevo Paseo del Arte” representa un enriquecimiento importante en el panorama cultural y turístico de la ciudad de Madrid, y busca ser una clara referencia internacional, así a la presentación, renovada y ampliada de sus colecciones se sumará un importante programa de exposiciones temporales de proyección internacional.

El proyecto se identifica como una oferta cultural global (Gutiérrez Ronco, 2002) basada en las siguientes características: es reconocido internacionalmente por las importantes colecciones y por la política de exposiciones temporales; constituye un espacio urbano singular, localizado en el área céntrica entre el casco antiguo y el ensanche y muy bien comunicada; la concentración espacial en un eje y la cercanía de los tres museos que hace más fácil la visita; los numerosos puntos de interés cultural que se localizan en su entorno, especialmente el recientemente inaugurado CaixaForum Madrid con su espectacular edificio proyectado por el arquitecto Jacques Herzog que ha convertido la antigua central eléctrica del Mediodía en un nuevo e importante centro cultural en el que se realizan importantes exposiciones temporales, además de numerosas actividades culturales; la presencia de edificios y elementos arquitectónicos que ennoblecen y embellecen esta parte de la ciudad.

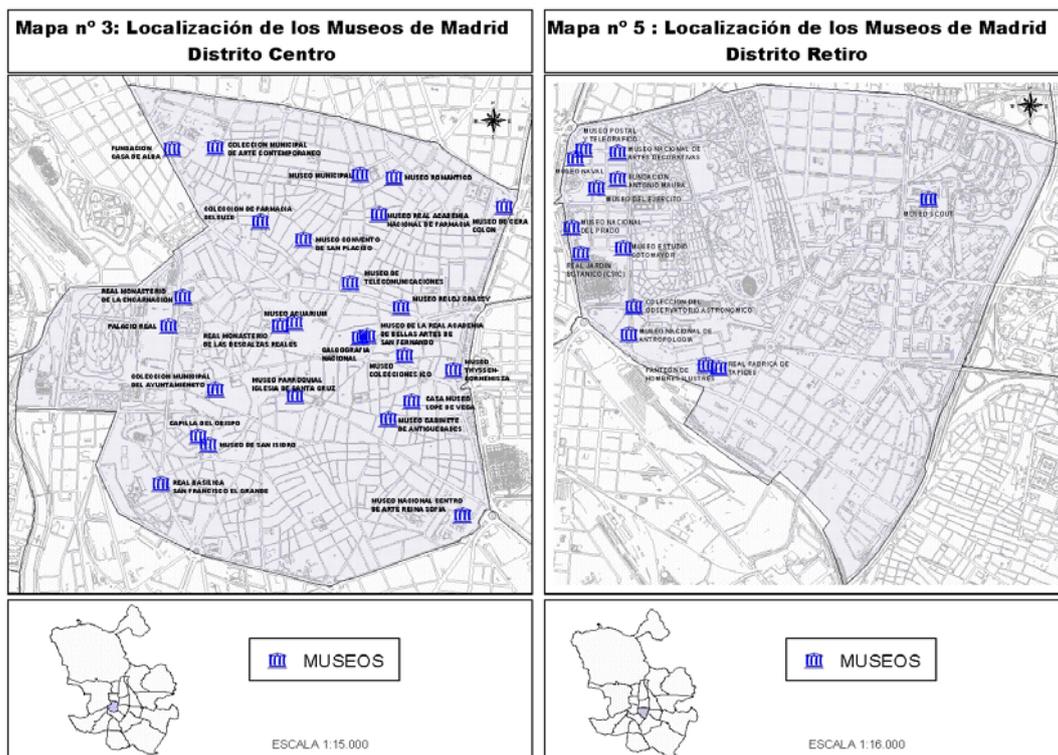


Figura 2. Mapas con la localización de los museos de los distritos Centro y Retiro del municipio de Madrid. Elaboración propia.

Los numerosos museos que están en el entorno: Museo Arqueológico Nacional, Museo del Libro, Museo Postal y Telegráfico, Museo Nacional de Artes Decorativas, Museo Naval, Museo del Ejército, Real Jardín Botánico, Museo del Observatorio Astronómico, Museo Nacional de Antropología, Panteón de los Hombres Ilustres, Real

## **Turismo y representación espacial**

PIÑEIRO MACEIRAS, M.L., CHAPUIS, L. Y RE, M. (EDS.)

Fábrica de Tapices, Museo de la Real Academia de Bellas Artes de San Fernando, Museo Colecciones ICO, Casa Museo de Lope de Vega, entre otros (Figura 2).

Las salas de exposiciones y galerías de arte, así como otras dotaciones culturales: Real Academia de la Lengua, Real Academia de la Historia, Biblioteca Nacional, Filmoteca Nacional, Círculo de Bellas Artes, Ateneo, Casa de América, Sala de la Fundación Maphre Recoletos, el espacio cultural CentroCentro, instalado por el ayuntamiento en el Palacio de Cibeles, etc., que sin duda enriquecen considerablemente este entorno urbano.

Otros elementos que acentúan el valor de este espacio urbano singular están relacionados con distintas funciones: las finanzas, el transporte, la administración, la vida política, el comercio, etc. Además la zona cuenta con un elevado número de equipamientos turísticos: establecimientos hoteleros, hostelería y comercio turístico.

Podemos afirmar que el patrimonio cultural museístico está actuando como el principal instrumento de atracción en esta área de la ciudad. Este hecho ha abierto innumerables expectativas turísticas en la zona, tanto vinculadas a la oferta cultural, como al ocio y al comercio. La capacidad de generar flujos de visitantes, tanto nacionales como extranjeros es muy importante, pero también es de aplicación a la población procedente de la propia ciudad o de sus entornos metropolitano o regional. Una oferta cultural de calidad, correctamente comercializada y ambientalmente integrada, puede convertirse en un producto económico de consumo, ya interno, ya destinado a la exportación. La integración de la oferta museística mediante una gestión coordinada, la relación de estos museos con la Administración y el sector turístico de la ciudad facilitarán la promoción y comercialización de este importante producto turístico que es el Paseo del Arte, sin duda el de mayor valor de la ciudad de Madrid.

Respecto al futuro de este ámbito urbano quedaba plasmado en algunas propuestas que aparecen en el PGOUM de 1997, donde se reconocían las muchas posibilidades culturales que aún quedan por desarrollar y los muchos problemas que aún quedan por solucionar, y que fueron recogidos en el "Plan Especial Recoletos-Prado" (Gerencia de Urbanismo del Ayuntamiento de Madrid, 2003). Se trata de una ambiciosa reforma de ambos paseos, que se abre hacia el sureste y el suroeste del Centro Histórico. Se trata de recuperar, en ese espacio museístico y cultural, un entorno urbano propicio al paseo y el encuentro entre los ciudadanos, tal y como fue en su origen el llamado Salón del Prado.

Algunas de las medidas llevadas a cabo han sido, el traslado de la estatua de Colón a una rotonda situada en el entronque de los paseos de la Castellana y Recoletos; supresión de la gasolinera existente en el Paseo del Prado, que se convertirá en una plazoleta que dará acceso al interior de la sede de CaixaForum Madrid; peatonalización de la Cuesta de Moyano; y otras están en fase de revisión por parte del ayuntamiento de Madrid: realizar un distribuidor subterráneo de tráfico bajo la plaza de Atocha; el ensanche de la acera del paseo de Recoletos y recuperación paisajística, comunicación directa entre los museos Thyssen y Prado a través de una pavimentación especial; estación subterránea para autobuses turísticos bajo la plaza de la Lealtad; en el Paseo del Prado, recuperación paisajística, reducción a dos carriles por sentido para vehículos entre Cibeles y Atocha, ampliación de las aceras hasta los siete metros, etc.

Otra de las propuestas que forman parte del Plan Especial es la recuperación de las áreas degradadas al sur del Parque del Retiro, entre las que se encuentra la integración

en la ciudad del Cerrillo de San Blas, donde se localiza el Museo del Observatorio Astronómico, y la reordenación del área edificada comprendida entre el Retiro y la Estación de Atocha.

La extensión del eje cultural hasta el conjunto formado por el Panteón de Hombres Ilustres, la Basílica de Atocha y la Real Fábrica de Tapices, integrando al mismo tiempo en este espacio los edificios administrativos de la Renfe, es otro de los aspectos del Plan, así como el enlace de la Avenida de Méndez Álvaro, importante eje urbano, con la Glorieta de Atocha.

Por otra parte, el Ayuntamiento encargó un proyecto a Carlos Rubio Carvajal para la extensión del eje cultural hacia Delicias, donde se podría ubicar un gran museo Nacional de Ciencia y Tecnología en el entorno de la Estación de Delicias y complejo cultural de El Águila, con ello se extendería el eje museístico hasta el barrio de Embajadores, completado con la rehabilitación integral de la antigua Fábrica de Tabacos de Madrid, edificio característico de la arquitectura madrileña del siglo XVIII (en el que se ha llevado a cabo una recuperación parcial destinada en la actualidad a sala de exposiciones temporales). Con todo ello se aproxima el eje cultural hasta Legazpi, con los nuevos contenedores de ocio y cultura propuestos para los antiguos Matadero y Mercado de Frutas.

Esta última operación urbanística, denominada en un principio como “Operación Matadero Municipal” –que cuenta con una superficie de 215.066 m<sup>2</sup>- ha constituido una intervención integral de recuperación de este singular ejemplo de la arquitectura industrial de principios del siglo XX (fotos nº 7), considerado como elemento fundamental de la trama urbana en su condición de cierre del Tridente Barroco (Delicias, Acacias y Santa María de la Cabeza), y límite urbano frente al río Manzanares. Esta recuperación, como soporte de un nuevo foco de actividad cultural “Matadero Madrid. Centro de Creación Contemporánea” (fotos 7) formado en la actualidad por la Casa del Lector, la Central de Diseño, Extensión AVAM (Artistas Visuales Asociados de Madrid), la Cineteca, Intermediae, la Nave de la Música y las Naves del Español y que está prolongando hacia el sur el eje cultural y económico-administrativo Castellana-Recoletos-Prado, completando así una verdadera columna vertebral sobre la que se articula la oferta cultural de la ciudad y que ha enlazado con Madrid Río (tras el soterramiento de la M30 madrileña).



**Fotos nº 7. Matadero Madrid.**  
Fotos de la autora.

## **5. CONCLUSIÓN**

## **Turismo y representación espacial**

PIÑEIRO MACEIRAS, M.L., CHAPUIS, L. Y RE, M. (EDS.)

De un modo claro, podemos concluir que España es un líder potencial europeo de turismo cultural, con una situación del entorno claramente favorable que hay que aprovechar. El turismo cultural se presenta como una buena alternativa a otros tipos de turismo, sobre todo al mayoritario turismo de sol y playa. Nuestro país posee un rico y variado patrimonio cultural y natural, del que hemos querido resaltar los numerosos museos, sin duda importantes recursos turísticos algunos de ellos, y todo esto le proporciona una buena base para consolidarse como destino cultural.

El turismo cultural es un mercado de creciente importancia, donde hay buenas oportunidades derivadas sobre todo de las nuevas tendencias en el comportamiento de los turistas en la actualidad: el aumento de la frecuencia de los viajes, la disminución de la duración de los mismos, y la tendencia a distribuir diferentes motivaciones a lo largo del año.

La cultura es cada vez más la base de los recursos turísticos y se está convirtiendo en los últimos años en un elemento central en las estrategias de marketing urbano y, de forma especial, en las políticas turísticas. En las dos últimas décadas, hemos asistido a una gran expansión del turismo en numerosas ciudades. El aumento del tiempo de ocio y la calidad de vida han propiciado un incremento de la demanda de los viajes. Las ciudades, se han visto especialmente favorecidas por estas nuevas tendencias. Es en este contexto donde se producen las manifestaciones del llamado turismo urbano, en el que se enmarca el turismo cultural.

El tiempo dedicado al ocio y al turismo cada vez es mayor dentro de la creciente industria turística, la cultura y el patrimonio histórico son uno de los reclamos más importantes. Dentro de ellos podemos considerar a los museos como importantes recursos del turismo cultural que ven incrementadas las cifras de visitantes especialmente cuando realizan exposiciones temporales.

Resaltamos el papel del museo no sólo como institución cultural, sino como elemento definidor del paisaje urbano, como pieza clave en la definición de ciertas áreas de la ciudad. Los museos se convierten en polos urbanos que caracterizan a las ciudades que los poseen y constituyen, sin duda, una de las ofertas culturales más atractivas para el turista que visita la ciudad. Los museos han sido considerados tradicionalmente los referentes culturales por excelencia, su ubicación mayoritaria en las ciudades contribuye a dar vida y dinamismo a éstas.

Los museos se han convertido en equipamientos fundamentales de las políticas culturales de las ciudades en las que se ubican. Hemos de resaltar el papel que tiene el museo en la actualidad como regenerador urbano, siendo piezas clave de planes y proyectos de rehabilitación y recuperación en el marco de las políticas urbanísticas de ciudades españolas y europeas.

Al analizar la ciudad como ese espacio integrado donde se desarrolla principalmente el turismo cultural hoy en día vemos algunas actuaciones coordinadas llevadas a cabo en materia de turismo y museos en diversas ciudades europeas y americanas, especialmente el caso madrileño del Paseo del Arte, que hacen que podamos decir que el patrimonio cultural museístico está actuando como el principal instrumento de atracción de la ciudad.

## **REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS**

AYUNTAMIENTO DE BARCELONA (1985): *Plan de Museos*, Barcelona

- AYUNTAMIENTO DE MADRID (1997): *Plan especial Recoletos-Prado. Memoria* Ayuntamiento, Madrid.
- CALLE VAQUERO, M., GARCÍA HERNÁNDEZ, M. (2010): "Reflexiones sobre el turismo cultural. La aportación de la cultura en la conformación de flujos turísticos emisores en España y la Comunidad de Madrid", en *Anales de Geografía* 2010, vol. 30, núm. 2, pp. 31-58.
- COMUNIDAD DE MADRID (2011): "Encuesta de visitantes a los puntos turísticos de la Comunidad de Madrid: encuesta piloto diciembre 2010". Dirección General de Economía, Estadística e Innovación Tecnológica.
- EXCELTUR (2013): *UrbanTur 2012. Monitor de competitividad turística de los destinos urbanos españoles*. Madrid, Exceltur.
- FEAM (2007): *Actas del XV Congreso Nacional de Amigos de los Museos: Museos y ciudades nuevos escenarios para el desarrollo*. Valencia, Xarxa Museo, Diputación de Valencia, Área de Cultura.
- FERNÁNDEZ GUTIÉRREZ, F., PUMARES, P. (coord.)(2002): *Turismo y transformaciones urbanas en el siglo XXI*. Universidad de Almería.
- GARCÍA HERRERA, A. (2006): "Los grandes museos", en *Arquitectura viva*, núm. 107-108, pp. 82-97, Madrid.
- GÓMEZ MARTÍNEZ, J. (2006): *Dos museologías: tradiciones anglosajona y mediterránea, diferencias y contactos*. Gijón, Trea.
- GUTIÉRREZ RONCO, S., ALCOLEA, M.A. (2002): "El Paseo del Arte: un espacio cultural en un marco histórico" pp. 457-465, en Fernández Gutiérrez, F. (et al) (ed) (2002): *Turismo y transformaciones urbanas en el siglo XXI*, Universidad de Almería.
- IET (2012): *Caracterización de los visitantes del Museo del Prado. Año 2012*. Madrid, Instituto de Estudios Turísticos, Ministerio de Industria, Energía y Turismo.
- IET (2012): *Frontur. Movimientos Turísticos en Fronteras 2011*. Instituto de Estudios Turísticos, Ministerio de Industria, Energía y Turismo, Madrid.
- IET (2012): *Familitur. Movimientos Turísticos de los españoles 2011*. Madrid, Instituto de Estudios Turísticos, Ministerio de Industria, Energía y Turismo.
- IET LAVANGA, M.A. (2006): *Industrias creativas, barrios culturales y desarrollo urbano*. Viena.
- LAYUNO, M.A. (2004): *Museos de arte contemporáneo en España*. Gijón, Trea.
- MANITO, F. (2006): *Cultura y estrategia de ciudad. La centralidad del sector cultural en la agenda local*. Buenos Aires, Centro Iberoamericano de desarrollo estratégico urbano CIDEU.
- MASTERCARD (2013): *Global destination cities index*. Mastercard Worldwide.
- MECD (2004): *El nuevo Paseo del Arte de Madrid*. Madrid, Ministerio de Educación Cultura y Deportes.
- MECD (2011): *Censo de museos y colecciones museográficas 2010*. Madrid, Ministerio de Educación Cultura y Deportes.
- MECD (2013): *Anuario de Estadísticas Culturales 2013*. Madrid, Ministerio de Educación Cultura y Deportes.
- MONTANER, J.M. (2007): *El laberinto de los museos en España*. Centro virtual Cervantes.
- OMT (2005): *City tourism and culture. The european experience*. Group of the European Travel Commission, OMT.
- OMT (2012): *Global report on city tourism*. OMT
- OMT (2013): *Panorama OMT del turismo internacional. Edición 2013*, OMT.

## **Turismo y representación espacial**

PIÑEIRO MACEIRAS, M.L., CHAPUIS, L. Y RE, M. (EDS.)

PORTACELI, M. (2007): "El museo se adapta a la ciudad", en *Revista de la FEAM*, nº 24, marzo de 2007. Madrid, Federación Española de Amigos de los Museos.

RAMOS LINAZA, M. (2007): El turismo cultural, los museos y su planificación. Gijón, Trea.

TRESSERRAS, J.J. (2004): "La tematización de la ciudad", en Iglesias Gil, J. (coord): *Actas de los XIV Cursos Monográficos sobre el Patrimonio Histórico*, pp. 95-114. Reinosa, Universidad de Cantabria.

TRIMARCHI, M. (2004): "Distritos culturales y desarrollo económico del territorio: la experiencia de los museos de Siena", en Font Sentias (coord): *Casos de turismo cultural*. Ariel.

TORREGO SERRANO, F. (2007): *Las últimas tendencias en la creación de museos*. Universidad de Cádiz.

TURESPAÑA (2001): *Plan de Impulso del turismo cultural e idiomático*. Madrid, Secretaría General de Turismo.

TURESPAÑA (2007): *Horizonte 2020 del turismo español*. Madrid.

VACAS GUERRERO, T. (2004): *Los recursos museísticos de Madrid: análisis de su uso como oferta turístico-cultural de la ciudad*. Tesis doctoral inédita.

VACAS GUERRERO, T. (2005): "Los museos del Paseo del Arte, espacio cultural de ámbito internacional", *Estudios Turísticos* 165. Madrid, Instituto de Estudios Turísticos, Secretaría General de Turismo.

VACAS GUERRERO, T. (2006): "Origen, evolución y futuro de un espacio turístico-cultural madrileño: El Paseo del Arte", AGE

VACAS, T., GIMÉNEZ RAURELL, C. (2007): "Las exposiciones temporales y el turismo cultural", en *Periférica* núm. 8, Universidad de Cádiz.

## LA DINÁMICA ESPACIO–TEMPORAL EN LOS PROCESOS TURÍSTICOS

*Carmen PELIGROS*

Universidad Rey Juan Carlos

[carmen.peligros@urjc.es](mailto:carmen.peligros@urjc.es)

### **Resumen**

Este trabajo nos muestra la relación existente entre dos variables básicas: el espacio y el tiempo y su relación con los procesos turísticos. Para ello, en primer lugar, se pone en relación la llegada de turistas extranjeros (se utilizan datos de Frontur) con los destinos turísticos, considerando como *Destino Turístico* las Comunidades Autónomas para las que se dispone de datos. Posteriormente se analiza la relación entre el tiempo (medido en meses) y la llegada de turistas extranjeros

**Palabras Clave:** turismo, Comunidad Autónoma, datos de Frontur

### **Abstract**

This paper shows us the relationship between two basic variables: space and time and the relationship between these variables and the tourism. First we relate the international tourism arrivals we use Frontur data) and Tourism Destinations We define as Tourism Destination the Spanish regions with enough statistical data. After, we study the relationship between time (in months) and the arrival of international tourism.

**Keywords:** tourism, Spanish Region and Frontur data

## **1. INTRODUCCIÓN**

Nuestra intención es analizar la relación entre las variables espacio y tiempo y si esta relación afecta a los movimientos turísticos. Por tanto, nuestro estudio va a presentar dos dimensiones:

La primera es la relación entre la llegada de turistas a territorio nacional y los destinos elegidos. Trataremos de averiguar si el turismo se distribuye por el territorio de manera homogénea o si, por el contrario, los turistas extranjeros manifiestan unas preferencias por unos espacios en detrimento de otros por lo que entramos en el concepto de *Destino Turístico*.

La segunda dimensión consiste en averiguar si existe una relación entre el tiempo (utilizando la variable meses) y la llegada de turistas y si esta relación resulta estable en el tiempo o, por el contrario, se acrecienta en unos determinados meses frente a otros por lo que, si esto resultara así, estaríamos en presencia de procesos de estacionalidad. Esta relación se constatará a través de técnicas econométricas y se expondrán cuadros que la definan.

Resulta necesario precisar que en nuestro trabajo utilizamos datos mensuales que van desde enero de 1997 hasta abril de 2011 procedentes de Frontur (Encuesta de Movimientos Turísticos en Frontera, elaborada por el Instituto de Estudios Turísticos). Estos datos nos muestran la entrada de turistas extranjeros según Comunidad Autónoma de destino principal. Esto nos permite comparar el comportamiento del turismo para el conjunto de España y diferenciarlo por Comunidades Autónomas, pudiendo analizar así las peculiaridades de las Comunidades Autónomas en relación con el conjunto de la nación.

## **2. RELACIÓN ENTRE LA LLEGADA DE TURISTAS AL TERRITORIO NACIONAL Y LOS DESTINOS ELEGIDOS**

Trataremos de averiguar si el turismo se distribuye por el territorio de manera homogénea o si, por el contrario, el turismo manifiesta unas preferencias por unos territorios (espacios) en detrimento de otros, por lo que entramos en el concepto de *Destino Turístico*.

Según la OMT, un destino turístico se define como:

Espacio donde el turista pasa como mínimo una noche que incluye el consumo de productos turísticos tales como servicios básicos y suplementarios. El destino tiene fronteras físicas y administrativas, con una gestión propia definida, que en su imagen y perceptibilidad define su competitividad en el mercado...

Hemos analizado los datos estadísticos diferenciando el total de turistas extranjeros llegados a España, y los que han tenido por destino las Comunidades de: Andalucía, Islas Baleares, Islas Canarias, Cataluña, Madrid y Valencia, agrupándose el resto de comunidades en las que no aparecen datos detallados en un conjunto denominado "Resto de Comunidades Autónomas".

Los datos se han tratado mes a mes y año a año a fin de hallar los valores máximos y mínimos de llegadas de turistas internacionales a las Comunidades Autónomas españolas y al conjunto de la nación. A continuación ofrecemos un detalle de los tres valores mínimos y máximos en relación con la entrada de turistas y la fecha en la que

se alcanzaron. Se sombrea el valor máximo de los tres seleccionados y se señala la fecha en la que se alcanza esta cifra.

		NÚMERO DE TURISTAS	FECHA DE ENTRADA		NÚMERO DE TURISTAS	FECHA DE ENTRADA
RESTO DE CC.AA.	Valores Mínimos	88.494	Enero 98	Valores Máximos	911.011	Agosto 05
		94.691	Enero 97		905.316	Agosto 06
		95.250	Feb. 97		829.270	Agosto 02
ISLAS BALEARES	Valores Mínimos	85.445	Dic. 10	Valores Máximos	1.724.628	Agosto 08
		99.415	Enero 97		1.702.822	Julio 10
		105.046	Enero 10		1.699.513	Julio 07
MADRID	Valores Mínimos	104.042	Febrero 97	Valores Máximos	538.576	Octubre 10
		107.118	Enero 97		528.634	Octubre 09
		109.245	Enero 98		500.442	Julio 09
CATALUÑA	Valores Mínimos	158.206	Enero 97	Valores Máximos	2.210.705	Agosto 07
		186.613	Enero 98		2.196.544	Julio 05
		203918	Enero 99		2.147.191	Agosto 06
VALENCIA	Valores Mínimos	123.047	Enero 97	Valores Máximos	761.433	Julio 07
		140243	Enero 98		735.828	Julio 06
		144.882	Febrero 97		723.258	Agosto 07
ANDALUCIA	Valores Mínimos	199.589	Enero 97	Valores Máximos	1.161.737	Agosto 05
		212.882	Enero 98		1.156.139	Agosto 01
		232.784	Enero 99		1.126.494	Agosto 03
ISLAS CANARIAS	Valores Mínimos	500.109	Junio 09	Valores Máximos	1.043.074	Marzo 02
		503.816	Mayo 09		1.017.820	Marzo 08
		552.044	Sept.09		1.010.995	Marzo 01
TOTAL de ESPAÑA	Valores Mínimos	1.590.057	Enero 97	Valores Máximos	7.633.521	Julio 07
		1.708.681	Enero 98		7.563.719	Julio 06
		1.765.813	Febrero 97		7.561.898	Agosto 07

**Tabla 1. Valores máximos y mínimos de entrada de turistas extranjeros con destino las Comunidades Autónomas.**  
Fuente: elaboración propia utilizando datos de Frontur.

Por los datos recogidos y atendiendo al criterio exclusivo de entrada de turistas extranjeros en el periodo considerado, véase sin ponderar por superficie de la Comunidad Autónoma ni por la población existente, los Destinos Turísticos de mayor afluencia son los de: Cataluña, Islas Baleares, Islas Canarias y Andalucía.

### 3. RELACIÓN ENTRE EL TIEMPO (MEDIDO EN MESES) Y LA LLEGADA DE TURISTAS

Vamos a analizar la relación entre el tiempo (medido en meses) y la llegada de turistas para comprobar si esta relación resulta estable en el tiempo o, por el contrario, se acrecienta en unos determinados meses frente a otros.

Para estudiarla hemos realizado las siguientes pruebas: Análisis de Regresiones, Valor Medio de los Coeficientes asociados a cada una de las *dummies*<sup>259</sup>, Desviación Estándar de la Variable Dependiente y Análisis Gráfico de las Series.

<sup>259</sup> Una *dummie* es una variable cualitativa, también conocida como variable dicotómica. En nuestro caso toma valor cero para todos los meses a excepción del mes para la que la definimos.

### 3.1 Análisis de Regresiones.

Para estudiar la evolución del comportamiento del turismo, hemos realizado un total de ocho regresiones en las que, para cada una de ellas, aparece como Variable Dependiente la llegada de turistas extranjeros al conjunto de España (aparece como Total España) y los que tienen por destino: Andalucía, Baleares, Canarias, Cataluña, Madrid y Valencia. Las comunidades que no tienen datos individualizados se agrupan en el conjunto “Resto de Comunidades Autónomas” de las que también se realiza un análisis de regresión. Por Variables Independientes hemos tomado *dummies* a las que se asigna un valor uno en el mes que quieren representar la entrada de turistas y en el resto de meses un valor cero. Así D1 representa la entrada de turistas en enero, D2 la entrada de turistas en febrero y así sucesivamente hasta D12 que representaría la entrada en diciembre. Hemos ajustado el modelo para que éste resulte estacionario y sus residuos sean ruido blanco<sup>260</sup> Para ello hemos trabajado con la serie en logaritmos, en algunos casos hemos creado una serie de tendencia (t) y, en general, hemos corregido los residuos a través de la introducción de Autoregresivos de orden 1 (AR1), orden 2 (AR2) y orden 12 (AR12), aunque casos particulares han aconsejado otro tipo de transformación<sup>261</sup>.

	R <sup>2</sup> AJUSTADO	CRITERIO AKAIKE	CRITERIO SCHWARZ	ESTADISTICO DURBIN-WATSON
ANDALUCIA	0,9689	-2,4070	-2,1498	1,8373
ISLAS BALEARES	0,9899	-1,7421	-1.5033	2.1804
ISLAS CANARIAS	0,8963	-3,2186	-2,9593	1,9406
CATALUÑA	0,9490	-1,2953	-1,0186	1,9496
MADRID	0,9197	-1,9295	-1,6412	1,9770
VALENCIA	0.9521	-1,9228	-1,6450	2,0316
RESTO COMUNIDADES	0,9382	-1,2848	-1,0276	2,0812
TOTAL ESPAÑA	0,9774	-2,8447	-2,5680	2.1396

Tabla 2. Valores del Coeficiente de Correlación Ajustado, de los Criterios Akaike y Schwarz y del Estadístico Durbin-Watson para cada una de las regresiones efectuadas.

Fuente: elaboración propia.

A la vista de los resultados expresados en la Tabla 2, comprobamos como las regresiones seleccionadas alcanzan un alto nivel en la bondad del ajuste en términos de R<sup>2</sup> ajustado, véase como son capaces de explicar una importante cantidad de la variación de la variable dependiente analizada<sup>262</sup>, además el valor de los coeficientes conseguidos en los Criterios de Akaike y Schwarz son también buenos. El estadístico Durbin-Watson nos indica que no tenemos problemas de autocorrelación de orden 1.

<sup>260</sup> El Ruido Blanco es un proceso puramente aleatorio en el que sus valores para distintos momentos del tiempo no guardan correlacion entre ellos. Tiene Media cero, varianza constante y no está serialmente correlacionado. Un proceso de Ruido Blanco no tiene estructura temporal.

<sup>261</sup> Como es el caso de Andalucía donde se ha introducido una Media Movil de orden 1 (MA1)

<sup>262</sup> La Variable Dependiente es el número de extranjeros que entran en el conjunto de España y su desglose por Comunidades Autónomas (datos de Frontur)

### 3.2 Valor Medio de los Coeficientes asociados a cada una de las *dummies*.

Cada una de las *dummies* en la regresión nos ofrece un valor de su coeficiente asociado, valor que vamos a comparar entre ellos. Para poder realizar una comparación más clara entre estos coeficientes hemos otorgado un valor 100 al promedio anual del valor de los coeficientes de las *dummies* obtenidas en la regresión seleccionada y hemos comparado este promedio con los valores alcanzados por los coeficientes de cada variable ficticia en cada mes. En el siguiente cuadro mostramos los valores obtenidos.

	TOTAL DE ESPAÑA	ANDALUCÍA	CATALUÑA	ISLAS CANARIAS	ISLAS BALEARES	MADRID	VALENCIA	RESTO DE COMUNIDADES
Enero	96,60	95,88	94,27	100,50	89,56	97,78	95,66	95,76
Febrero	97,34	96,82	96,11	100,51	92,74	98,48	96,42	95,99
Marzo	98,93	99,18	98,31	101,33	96,59	99,58	98,92	98,42
Abril	100,14	101,06	101,02	99,96	100,43	100,37	100,61	100,20
Mayo	101,27	101,63	101,77	98,44	106,18	100,93	101,39	100,56
Junio	101,43	101,41	101,92	98,39	107,11	100,19	101,67	100,74
Julio	103,53	103,43	105,54	99,77	108,10	102,24	104,85	106,02
Agosto	103,53	104,20	105,29	99,91	108,18	100,52	104,16	106,47
Septiembre	101,71	102,10	101,96	99,15	107,00	100,47	102,21	101,57
Octubre	100,68	101,02	100,55	100,71	103,59	101,27	100,82	99,73
Noviembre	97,46	96,78	96,29	100,83	91,23	99,37	96,76	96,69
Diciembre	97,38	96,51	96,96	100,51	89,29	98,79	96,53	97,86

Tabla 3. Numero Índice del Valor Medio de los Coeficientes de las Variables Ficticias (*dummies*) asociadas a cada regresión. Valores para cada mes del año.

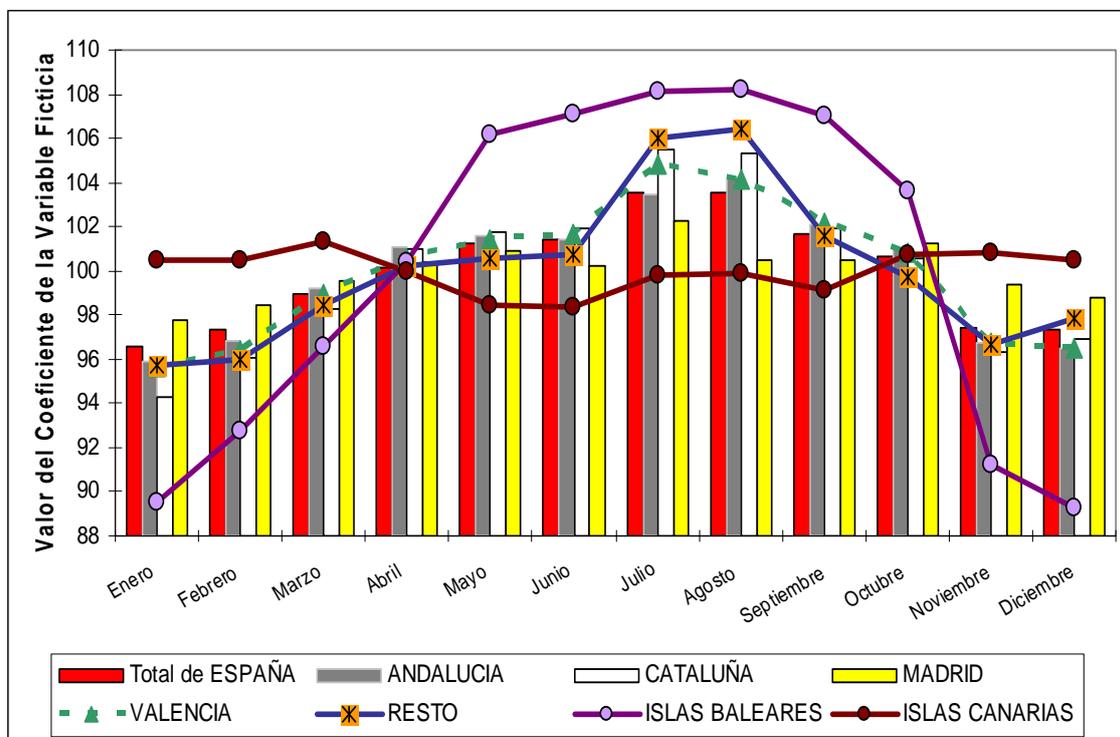
Fuente: elaboración propia.

Estos datos nos confirman que los dos meses en los que se concentra el turismo son claramente los meses de julio y agosto. Destaca el mes de julio, mes en donde se obtienen valores más elevados en mayor número de ocasiones que en el mes de agosto.

En esta pauta de comportamiento destacan, como casos anómalos, los de la Comunidad de Madrid y las Islas Canarias. En el caso de la Comunidad Autónoma de Madrid destaca el hecho de que sea la única Comunidad española en la que el mes de mayor entrada de turistas extranjeros es Octubre. Las Islas Canarias muestran un comportamiento más estable en el tiempo por su importante entrada de turistas extranjeros durante varios meses, concretamente los meses de enero, febrero y marzo junto a los de Octubre, Noviembre y Diciembre, aspecto que contrasta claramente con el resto de la nación.

Analizando el conjunto de España, las horquillas en las que se desarrollan los meses de mayor actividad turística son los meses de abril a octubre, a excepción de las Islas Canarias que mantienen una relativa estabilidad a lo largo del tiempo y el “resto de comunidades” que comienza en junio y concluye en septiembre. En las Islas Baleares destaca el hecho de que los meses de enero y diciembre son de pronunciada caída, dónde el número índice alcanza un valor de 80.

El gráfico 1 se ha realizado utilizando los valores de la Tabla 3 y nos muestra este comportamiento. Así comprobamos cómo la llegada de turistas extranjeros a las Islas Baleares es mucho más pronunciada en los meses de calor, de junio a septiembre, que en el resto de España, siendo las Islas Canarias y Madrid las que mantienen la mayor estabilidad.



**Gráfico 1. Número Índice de cada mes del año asociado a las Variables Ficticias de cada Comunidad Autónoma.**

Fuente: elaboración propia.

### 3.3 Desviación Estándar de la Variable Dependiente.

Vamos a considerar el nivel de oscilación de la serie como un indicador de su grado de estacionalidad. Así cuanto mayor oscilación tenga la serie mayor será su la variación en el flujo de entrada de turistas extranjeros. En este sentido un indicador de la misma lo constituye el valor de la desviación estándar de la variable dependiente, que se muestra en el siguiente cuadro.

TOTAL ESPAÑA	ANDALUCIA	CATALUÑA	MADRID
0,37264	0,39654	0,53766	0,31127
VALENCIA	RESTO COMUNIDADES	ISLAS BALEARES	ISLAS CANARIAS
0,40525	0,49269	0,97504	0,14451

**Tabla 3. Valores de la Desviación Estándar de la Variable Dependiente.**

Fuente: elaboración propia.

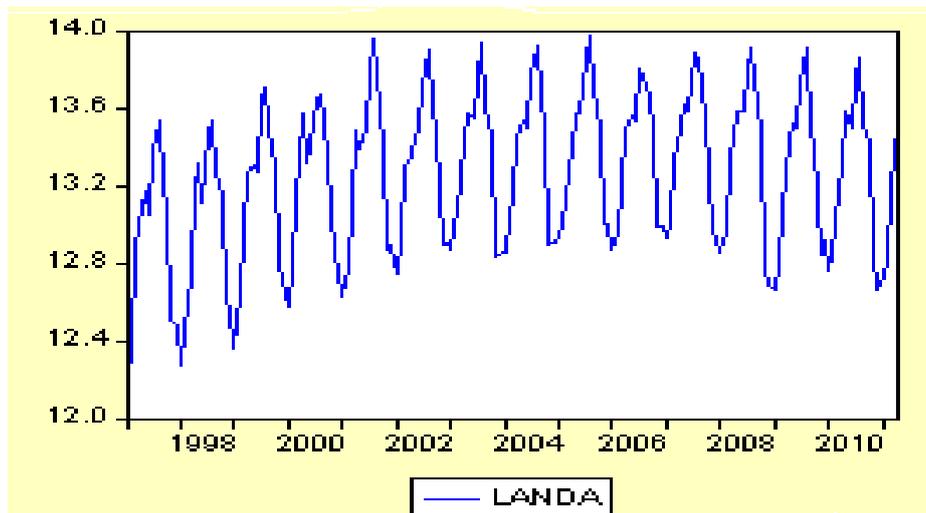
Al igual que en el anterior análisis gráfico, comprobamos de nuevo cómo los valores más estables corresponden a las Islas Canarias y a Madrid. Ambas comunidades presentan valores por debajo del conjunto de la nación -Total España-. En el resto de comunidades analizadas las cifras se sitúan por encima, destacando el caso de Cataluña, pero de forma muy especial las Islas Baleares (0,97 frente a 0.37).

### 3.4 Análisis Gráfico de las Series

#### Andalucía

Aparece una tendencia creciente desde el año 1997 hasta el año 2005. Desde el año 2005 hasta el 2007 se mantiene estable. A partir del 2008 comienza una tendencia decreciente caracterizada porque los valores más elevados de entrada de turistas no ascienden pero, sin embargo, los valores más reducidos alcanzan cotas inferiores. En otras palabras, los valores más elevados de entrada de turistas no se recuperan pero, sin embargo, se reducen los valores inferiores. El valor máximo de la serie corresponde a los meses de agosto de cada uno de los años. Así desde agosto de 2001 hasta agosto de 2010, a excepción del año 2006, acuden a Andalucía más de un millón de turistas extranjeros. Junto a este valor máximo aparece otra entrada importante de turistas en el mes de mayo.

A partir de 2008 la oscilación de la serie aumenta dado que los valores más elevados se mantienen relativamente constantes mientras que se amplía el rango al reducirse los valores inferiores.



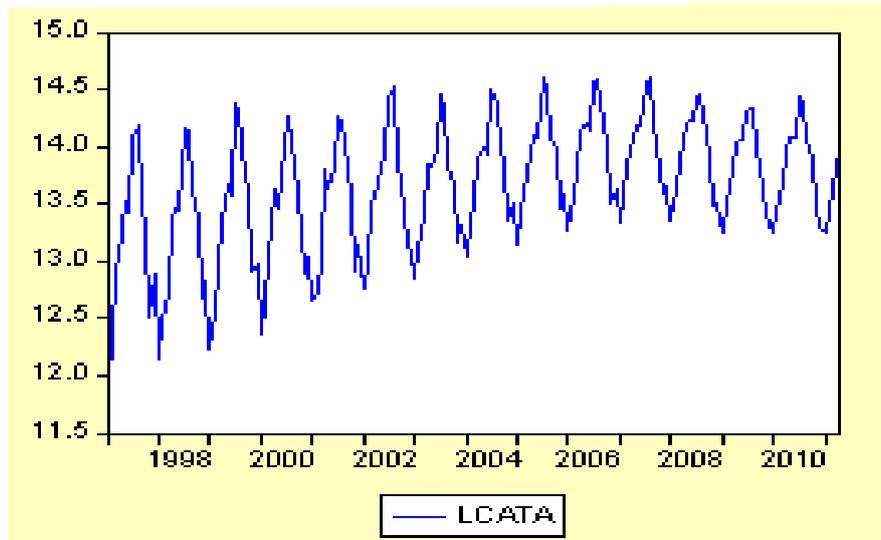
Fuente: elaboración propia.

#### Cataluña.

Desde 1997 hasta 2010 comprobamos una tendencia creciente. Ahora bien, en este crecimiento podemos establecer tres fases. Desde 1997 hasta 2004 de crecimiento, de 2004 a 2007 de estabilidad y de caída desde 2008. En relación con las fluctuaciones, éstas se reducen, dado que los valores más elevados alcanzados por la serie se mantienen más o menos estables alrededor de 1.800.000 turistas pero, *grosso modo*, se elevan los valores mínimos de la serie, estableciéndose en torno a 600.000 turistas.

## Turismo y representación espacial

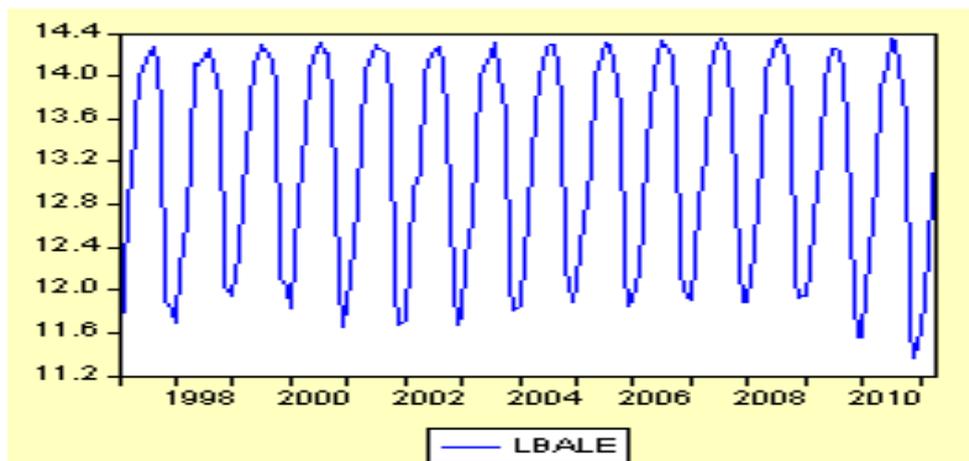
PIÑEIRO MACEIRAS, M.L., CHAPUIS, L. Y RE, M. (EDS.)



Fuente: elaboración propia.

### Islas Baleares.

El valor de la serie permanece estable entorno a los 800.000 turistas, marcándose claramente la tendencia de aumento en los meses de verano para reducirse drásticamente en los de invierno. La misma pauta de comportamiento se repite prácticamente desde enero de 1997 hasta abril de 2011. Ahora bien, a partir de 2007 la tendencia es decreciente ya que los valores más elevados se establecen, *grosso modo*, en torno a 1.600.000 turistas pero, sin embargo, los valores bajos de la serie experimentan importantes reducciones, incluso por debajo de los 100.000 turistas, como es el caso de diciembre de 2010, lo que provoca un aumento de la estacionalidad al concentrarse, más aún, los turistas en los meses estivales y reducirse en los de invierno.



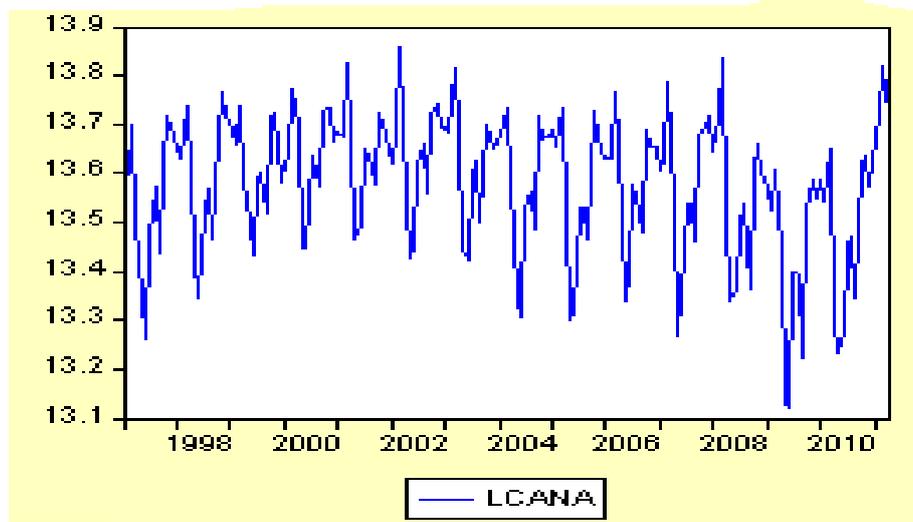
Fuente: elaboración propia.

### Islas Canarias

La tendencia, a diferencia del resto de series, es decreciente desde el año 1997 hasta el año 2011. En esta tendencia se pueden describir tres fases: una primera de crecimiento desde enero de 1997 hasta 2001, una posterior caída manteniéndose estable hasta el 2008 y, finalmente, una profunda caída en el año 2009 y recuperación en el 2010, aunque sin alcanzar los niveles de 1997.

Respecto a las oscilaciones se mantienen relativamente estables en la etapa de crecimiento mientras que se amplían en la de estabilidad y recesión.

Los máximos de la serie se alcanzan en marzo, noviembre y octubre y sus valores mínimos se corresponden con los meses de mayo y junio.



Fuente: elaboración propia.

### Madrid.

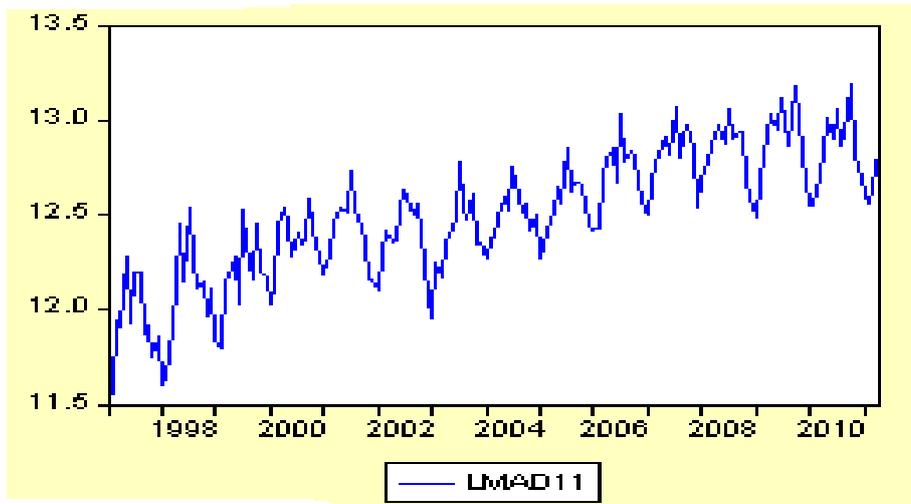
Experimenta una tendencia claramente creciente desde 1.997 hasta 2010, aunque a partir de 2008 muestra una relativa estabilidad. De hecho, el menor valor de 2010 supera en más de 60.000 turistas el mayor del año 1997.

En relación con las fluctuaciones comprobamos que éstas se amplían entre los valores mínimos y máximos de la serie. Así en 1997 la diferencia entre febrero y mayo, valor mínimo y máximo respectivamente, es de unos 110.000 turistas mientras que en el año 2010 la diferencia alcanza casi los 260.000 turistas. En 2010 el menor valor se alcanza en enero mientras que el mayor en octubre. Un caso peculiar del turismo en Madrid es que presenta tres picos de entrada de turistas, que se corresponden con los

## Turismo y representación espacial

PIÑEIRO MACEIRAS, M.L., CHAPUIS, L. Y RE, M. (EDS.)

meses de octubre, julio y mayo o abril, lo que aporta ofrece una mayor estabilidad en cuanto a la llegada de turistas.

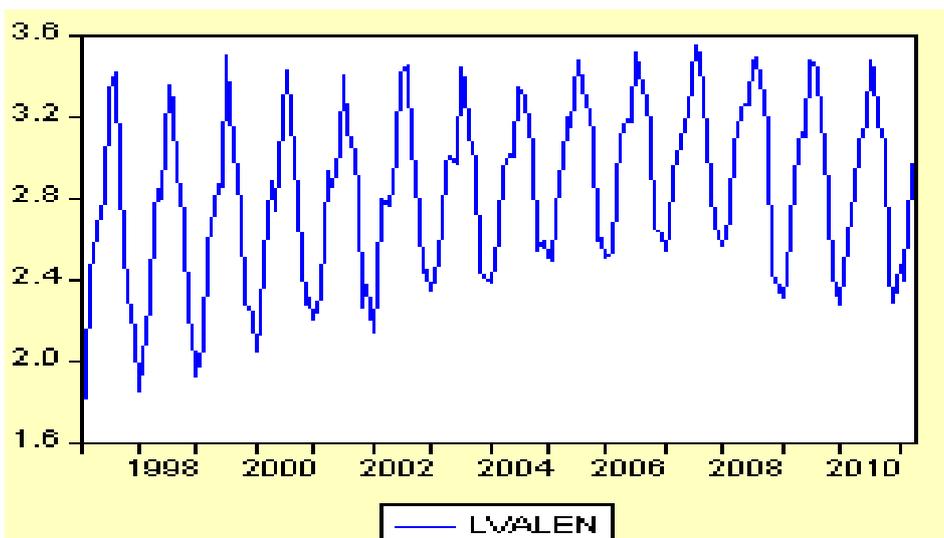


Fuente: elaboración propia.

### Valencia.

Nos muestra una tendencia creciente, en la que también podemos distinguir tres fases: de crecimiento desde enero de 1997 hasta 2006, de estabilidad hasta 2008 y de caída de 2008 hasta 2010. La caída no se debe tanto a la reducción de los valores más elevados de la serie ya que se mantienen estables, sino que son debidos a que la serie alcanza cotas inferiores en sus menores valores. Así entre enero de 2010 y enero de 2008 se pierden más de 70.000 entradas de turistas.

En cuanto a las oscilaciones de la serie se van reduciendo hasta el año 2007, posteriormente crecen como consecuencia de que los valores altos se mantienen estables pero los valores bajos se reducen de forma importante, ampliándose la oscilación.

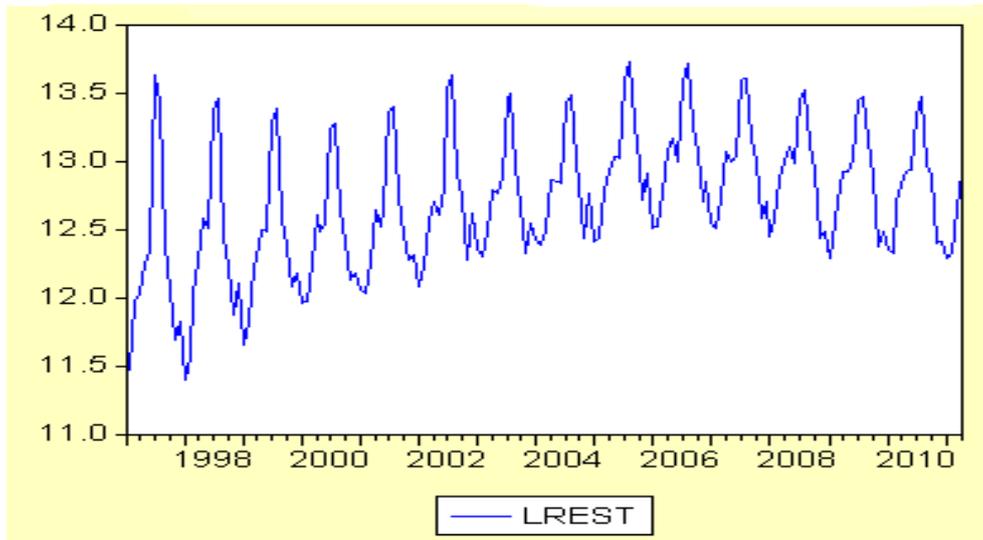


Fuente: elaboración propia.

### Resto Comunidades Autónomas.

Esta serie nos muestra una tendencia creciente desde 1997 que se estabiliza entre los años 2003-2004 para experimentar una continua caída a partir de 2005. A medida que

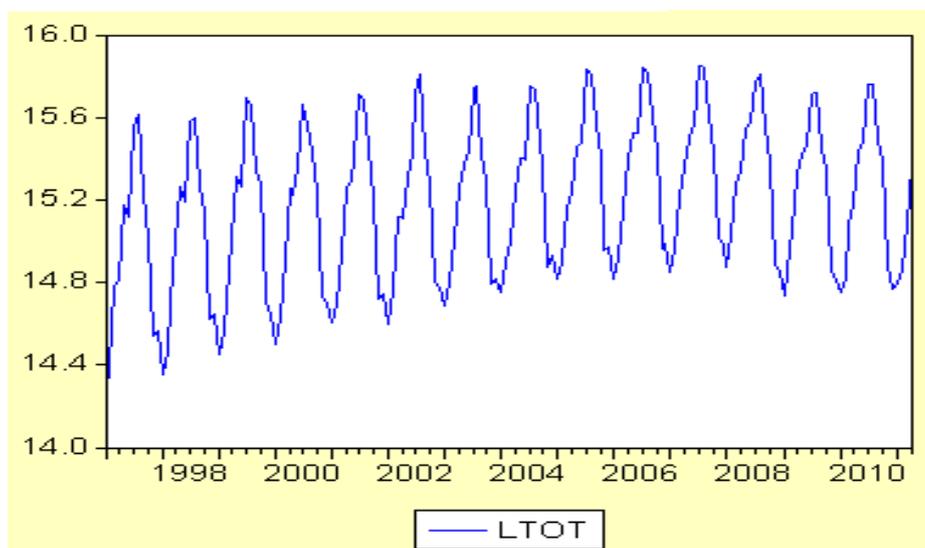
transcurre el tiempo la oscilación de la serie se reduce, llegando a ser casi la mitad debido fundamentalmente a que los valores altos de la serie (los meses centrales del año) se mantienen relativamente estables en torno a su valor de 730.000 turistas mientras que los valores más bajos alcanzan niveles más elevados. Así en los años 1997 y 1998 se establecen en torno a 99.000 turistas mientras que diez años después ascienden a 268.000. Creemos que este dato es importante porque nos da idea de la diversificación en el territorio español del fenómeno turístico.



Fuente: elaboración propia.

### Total

La tendencia desde enero de 1997 hasta abril de 2011 es creciente, ahora bien a partir del año 2008 comprobamos como tanto los valores máximos como mínimos de la serie caen. Desde 1997 hasta el año 2000 aparece un importante crecimiento del número de turistas en el mes de mayo pero a partir del año 2000 este pico desaparece. Una tendencia interesante es el crecimiento en los valores del mes de julio que atrae cada vez más a un mayor número de turistas, de tal forma que se sitúa en una posición equiparable, o incluso superior, al mes de agosto. En cuanto a la oscilación de las series, ésta tiende a reducirse aunque de forma ligera.



Fuente: Fuente: elaboración propia.

#### **4. CONCLUSIÓN**

Comenzábamos nuestro trabajo con el objetivo de analizar la relación de los procesos turísticos con las variables espacio y tiempo. En relación con la variable espacio, hemos comprobado como el turismo no se asienta en el territorio de forma aleatoria sino que elige unos destinos concretos. Al haberse realizado el análisis utilizando los datos de las Comunidades Autónomas hemos comprobado que los destinos preferidos por los turistas extranjeros son preferentemente el territorio insular - las Islas tanto del archipiélago balear como Canarias - y la Comunidad Autónoma de Cataluña. En relación con el variable tiempo hemos comprobado la relación existente entre la entrada de turistas extranjeros a territorio nacional y los meses centrales del año, especialmente el mes de julio.

Estos resultados son fruto del análisis de regresión realizado en el que hemos utilizado como variable dependiente la entrada de turistas extranjeros a cada una de las Comunidades Autónomas y al conjunto de España y, como variables independientes, doce variables ficticias, asociadas cada una de ellas a un mes en concreto. Hemos ajustado el modelo para que éste resulte estacionario y con ruido blanco corrigiendo el modelo, fundamentalmente, a través de la introducción de Autorregresivos de orden 1 (AR1), aunque casos particulares han aconsejado otro tipo de transformación

En relación con el análisis de la variable tiempo hemos comprobado la tendencia creciente de la serie desde 1997 hasta abril de 2011. Tendencia que se repite, *grosso modo*, en todas las Comunidades, a excepción del caso de las Islas Canarias. En las Islas Canarias la tendencia, desafortunadamente, es decreciente. Probablemente esto deriva de la importante competencia como destino turístico del Caribe que se ha hecho más asequible a las rentas medias de los europeos.

Otro resultado de nuestro estudio en relación con el análisis temporal es la innegable presencia de la crisis económica y cómo ésta afecta a todas las Comunidades de forma clara a partir del año 2008. En esta tendencia tenemos que destacar la excepción de Madrid que en su mes de mayor acogida de turistas aumenta el número que tienen por destino esta Comunidad.

La información que nos ofrece el número índice nos confirma que los dos meses en los que se concentra el turismo extranjero en España son claramente los de julio y agosto. En esta pauta de comportamiento destacan como casos anómalos los de la Comunidad de Madrid, dado que es la única en la que el mes de mayor llegada de turistas es octubre, y el de las Islas Canarias donde destacan los meses de enero, febrero y marzo junto a los de octubre, noviembre y diciembre.

Analizando este mismo fenómeno a través de las horquillas en las que se desarrollan los meses de mayor actividad turística comprobamos que, en general, se trata del período comprendido entre los meses de abril a octubre, a excepción de las Islas Canarias y el conjunto representado por el "Resto de comunidades" que concluye antes, concretamente en el mes de septiembre.

La Desviación Estándar de la Variable Dependiente nos vuelve a ofrecer las mismas conclusiones anteriores. Los valores de mayor estabilidad en la entrada de turistas corresponden a las Islas Canarias y a Madrid, que se sitúan por debajo de los valores del conjunto de España, mientras que por encima destaca Cataluña pero, de forma muy especial, las Islas Baleares.

**REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS**

Frontur (Encuesta de Movimientos Turísticos en Frontera, elaborada por el Instituto de Estudios Turísticos) Enero 1997- abril 2011. Entrada de turistas extranjeros según Comunidad Autónoma de Destino Principal.

Organización Mundial del Turismo <http://media.unwto.org/es/content/entender-el-turismo-glosario-basico> (visitada el 19/10/2013)