

"LOS RECURSOS NATURALES COMO FACTOR DE DESARROLLO"

RESUMEN:

El autor aborda desde una perspectiva teórica la gestión de los recursos naturales como factor de desarrollo, fijándose en las repercusiones que estos espacios naturales protegidos tienen en la industria turística, por haber tomado vital importancia socioeconómica, en las últimas décadas en ellos.

La relativa abundancia en las últimas décadas de declaración de diferentes figuras de protección coincide con una fuerte demanda social por visitarlos, y con una consiguiente y creciente fuerte presión de las actividades turísticas sobre ellos. La sensibilidad ambiental de la sociedad aumenta y tiende a promocionar la conservación de los territorios y ecosistemas que consideran simbólicos y valiosos, como representantes históricos del patrimonio natural de un país.

ABSTRACT:

The author approaches from a theoretical perspective the administration of the natural resources as development factor, noticing the repercussions that these protected natural spaces have in the tourist industry, to have taken vital importance in the last decades in them.

The relative abundance in the last decades of declaration of different protection figures coincides with a strong social demand to visit them, and with a rising and growing strong pressure of the tourist activities on them. The environmental sensibility of the society increases and it spreads to promote the conservation of the territories and ecosystems that consider symbolic and valuable, as historical representatives of the natural patrimony of a country.

- 1. RECURSOS NATURALES Y TURISMO: ANTECEDENTES HISTÓRICOS.**
- 2. LOS RECURSOS NATURALES COMO FACTOR DE DESARROLLO TURÍSTICO. APROXIMACIÓN CONCEPTUAL.**
- 3. LA NATURALEZA COMO RECURSO TURÍSTICO.**
- 4. CONCLUSIONES: PROYECCIÓN DE FUTURO.**
- 5. BIBLIOGRAFÍA.**

1. RECURSOS NATURALES Y TURISMO: ANTECEDENTES HISTÓRICOS.

La percepción de los recursos naturales como recurso estético en primer lugar, y más tarde turístico, no es algo nuevo, sino que con características parecidas a las actuales prolonga sus raíces, al menos, hasta la corriente de pensamiento romántico. Durante el siglo XVIII, la Ilustración había impuesto una concepción de la naturaleza basada en el orden. Esta concepción ideológica se traducía en una apreciación positiva de los paisajes cultivados y ordenados gracias al trabajo humano y en los que las fronteras con lo verdaderamente natural estaban claras.

Las sociedades occidentales van transformando su concepción de la naturaleza, debido a que van cambiando sus preferencias estéticas, comenzando a cobrar interés los escenarios salvajes que antes rechazaban, y que en Europa ya entonces se encontraban prácticamente restringidos a las montañas y el litoral.

Este fenómeno, se produce de modo paralelo al desarrollo de la industrialización y al crecimiento de las grandes ciudades en Occidente, que progresivamente se vuelven más insalubres. Esto provocó que una parte de la sociedad comience entonces a ser consciente, tanto de su progresivo distanciamiento de lo natural, como de los efectos perturbadores que en el medio físico pueden provocar las acciones humanas irremisiblemente.

Este contexto derivó a que en siglo XIX la naturaleza empieza a ser valorada por la burguesía y la nobleza europeas como recurso y escenario para sus prácticas recreativas, y que rápidamente se empiecen a colonizar turísticamente algunos de los espacios donde ésta alcanza mayor espectacularidad estética, especialmente los valles alpinos. En un principio, estas estaciones balnearias tenían un carácter exclusivamente de residencia veraniega, apoyada en la climatología, la belleza de sus paisajes y los tratamientos termales. Es en este momento cuando comienza a aparecer el interés deportivo y aventurero por la naturaleza, cuyo primer referente son los clubes alpinos que se fundan en Gran Bretaña, Suiza, Italia, Francia y Austria.

Por tanto, el turismo en espacios de alto valor ambiental no es un fenómeno reciente. La novedad reside en que, desde hace algunas décadas, ese deseo de conocer los espacios naturales o de realizar en ellos actividades recreativas se haya generalizado entre la masa social, convirtiéndose en una de las motivaciones para el viaje de mayor crecimiento.

El resultado visible del cual se beneficia la red de Espacios Naturales de Aragón, y por ende de toda España, es que se incorporan a la demanda destinos y periferias turísticas cada vez más alejadas de los propios espacios; al mismo tiempo que las motivaciones se hacen más variadas y, ligadas a ellas, van surgiendo nuevos productos turísticos específicos, más especializados.

Las múltiples razones que explican este auge actual pueden agruparse básicamente en dos grandes conjuntos:

- a) Por un lado, lo que algunos autores han denominado el desarrollo del *paradigma eco* (Vera Rebollo et al., 1997) y la creciente preocupación ambiental, aspecto que

impregna cada vez más todos los ámbitos de la vida, y de un modo especial al turismo.

- b) Por otro lado el cansancio que los mercados turísticos más maduros experimentan hacia los destinos, recursos y formas tradicionales de organizar los viajes, lleva a preferenciar destinos y recursos alternativos, así como formas de organización más flexibles. Si a esto le sumamos que gran parte de los practicantes de este tipo de actividades son turistas de un cierto nivel cultural y económico, acostumbrados a viajar, podemos comprender cómo la periferia del turismo de naturaleza se hace poco a poco más lejana, a la búsqueda de zonas mejor conservadas, real o supuestamente inexploradas, y de experiencias nuevas.

Decir que este reciente auge de productos de naturaleza no puede ser ajena a la evolución de la propia industria turística, que al igual que otras muchas ha asumido y mercantilizado los paradigmas ecológicos en boga.

El resultado ha sido la incorporación masiva de este segmento en los catálogos de los tour operadores tradicionales y la aparición de otros especializados, aunque en muchos casos se estén sencillamente vendiendo productos masivos con una nueva etiqueta verde que facilita la comercialización.

Esta última argumentación lleva a plantearse la problemática cuestión de si este segmento de turismo en la naturaleza, puede ser considerado realmente como una actividad turística alternativa, es decir, opuesta conceptualmente al turismo de masas que hasta hace poco ha dominado sin discusión el panorama mundial. O, dado el uso que hace de espacios de alto valor ambiental, si es una actividad sostenible en el sentido expresado por la Comisión Mundial para el Medio Ambiente y el Desarrollo, es decir, aquella que "satisface las necesidades de la generación presente sin comprometer la

capacidad de las generaciones futuras para satisfacer sus propias necesidades” (CMMAD, 1988).

La respuesta es difícil. En primer lugar, porque al hablar de un modo genérico de espacios naturales se están incluyendo territorios de muy diferente valor, grado de intervención humana, capacidad de absorción de impactos, consideración social, etc., aspectos que influirán en el efecto que las actividades turísticas provoquen en ellos. Pero además, es que dentro del gran grupo de lo que de modo general y un tanto simplista se consideran actividades turísticas de naturaleza y montaña, existe una enorme variedad de motivaciones y prácticas que pueden ir desde las más convencionales (caso del esquí) a otras claramente alternativas (ecoturismo), con lo que su análisis conjunto resulta totalmente irreal.

Así, antes de continuar, parece fundamental realizar una serie de precisiones conceptuales en lo referido tanto a la tipología de actividades y motivaciones de los turistas, como a los recursos utilizados.

2. LOS RECURSOS NATURALES COMO FACTOR DE DESARROLLO TURÍSTICO. APROXIMACIÓN CONCEPTUAL.

En cuanto al modo de relacionarse con los recursos naturales, las prácticas turísticas en la naturaleza pueden dividirse al menos en tres grandes grupos:

1. Aquellas modalidades turísticas que emplean recursos naturales muy concretos, pero con formas de explotación y patrones de implantación territorial y ambiental convencionales y que requieren la construcción de instalaciones en el medio natural, caso del esquí alpino.
2. Una segunda motivación consiste en el uso de determinados elementos de la naturaleza para realizar actividades deportivas o de aventura, como por ejemplo

montañismo, alpinismo, piragüismo, senderismo, etc. Frente a los anteriores, no necesitan instalaciones ni la transformación de los recursos naturales; y la propia naturaleza, su estado y sus características, representa un papel importante en la satisfacción final que el turista alcanza.

3. Finalmente, el tercer grupo y el último en consolidarse, está formado por las actividades que más estrecha relación guardan con el medio físico, dado que su motivación principal para la visita a los espacios naturales es apreciar y conocer la naturaleza y el paisaje en conjunto, o bien fenómenos específicos como por ejemplo manifestaciones geológicas, algún tipo de vegetación, de fauna, etc. Se trataría de todas las prácticas relacionadas con la investigación o lo que recientemente se ha dado en llamar ecoturismo. En este sentido un creciente segmento de la demanda busca un turismo de vivencias y sensaciones, frente al consumo acelerado de imágenes reinante en nuestro tiempo.

En resumen, una gradación de motivaciones que permite distinguir desde los turistas más interesados por la naturaleza y preocupados por el impacto que puedan causar en ella, hasta los que demandan la transformación y adecuación de los recursos naturales a sus necesidades, pasando evidentemente por una enorme infinidad de situaciones intermedias.

El primer grupo de actividades turístico-recreativas, entre las que se incluye el esquí alpino y sus variantes, mantiene con el medio físico una relación puramente instrumental. Es verdad que requiere unas condiciones ambientales muy específicas, como una altitud, climatología y topografía que aseguren descensos y nieve suficiente; pero en realidad la naturaleza no es más que un mero contenedor que se limita a acoger de forma pasiva una serie de usos en los que lo verdaderamente importante, en última

instancia, no son los recursos naturales o el paisaje; sino la calidad de las instalaciones y servicios imprescindibles para la práctica deportiva.

Así, cualquier actividad turística que requiera la transformación dura del espacio o la creación de instalaciones y de determinados elementos mecánicos no sólo como apoyo a la estancia (alojamientos, sistema de transporte, etc.), sino como factor indispensable para la práctica, puede realizarse **en** la naturaleza, pero en ningún caso es motivada por ésta de forma directa, por lo que no podrá considerarse **de** naturaleza (Barrado, 1999).

Sin embargo, en los últimos tiempos se están consolidando otras prácticas que bajo denominaciones como ecoturismo, turismo verde, ecológico, de aventura, etc., plantean formas de relación alternativas con los recursos naturales, por lo que sí podrían considerarse verdaderas actividades **de** naturaleza. Se trata de nuevos modelos turísticos en los que el medio forma parte intensa de la experiencia recreativa como fin en sí mismo, y que establecen, al menos en teoría, relaciones sostenibles tanto con los recursos como con las sociedades de acogida. Básicamente, este tipo de prácticas se puede dividir a su vez en dos grandes subconjuntos: el ecoturismo y el turismo deportivo y de aventuras.

a) En cuanto al ecoturismo, son numerosas las definiciones que se han hecho de él, por lo que no se pretende aquí ni ofrecer una propia, que sin duda aportaría muy poco, ni hacer una recopilación más o menos exhaustiva. Una de las más completas es la de H. Ceballos-Lascuráin, uno de los autores que más ha investigado sobre este tema, que lo definió en 1996 como: "Viajar a áreas naturales con el objetivo de apreciar los recursos, en un proceso controlado que garantice el mínimo impacto ambiental negativo, asegurando la participación de las poblaciones locales, para que se convierta en un instrumento de conservación y en una herramienta de desarrollo sostenible" (cita. en Pérez de las Heras, 1999b).

Como queda reflejado en la definición arriba recogida, el ecoturismo no solo busca recursos naturales más o menos intactos, sino que conlleva además una doble perspectiva.

- 1) Por un lado, es el disfrute, percepción y conocimiento de esos recursos la motivación primaria y principal del viaje turístico: el paisaje, la naturaleza o alguno de sus elementos es lo que genera el deseo de viajar.
- 2) Además, no sólo es que el uso deba realizarse de manera controlada con el fin de no degradar los recursos, sino que la propia actividad turística debe convertirse en garante de su mantenimiento, generando beneficios que en parte puedan reinvertirse en conservación, y que permitan la supervivencia de las sociedades locales que tradicionalmente han sido los gestores de esos espacios.

b) Finalmente, encontraríamos aquellas actividades deportivas o de aventuras en las que los recursos naturales representan un papel importante, tanto porque proveen de los elementos necesarios para su práctica (cursos fluviales, relieve, nieve, etc.) como porque forma, en mayor o menor medida, parte de la experiencia recreativa, al ser el contacto y la estancia en el medio natural un elemento importante de la satisfacción final del turista.

Se trata, al igual que el ecoturismo, de actividades que sí pueden considerarse específicamente **de** naturaleza, puesto que parten de una valoración de ésta, pero con un carácter esencialmente lúdico frente al educativo y científico que caracteriza al ecoturismo.

A continuación presentamos una mínima clasificación operativa de las modalidades de turismo activo y de aventura:

A) Actividades terrestres:

Senderismo y trekking.	Puenting/salto benjuí.
Rutas a caballo, mula y burro.	Cicloturismo.
Escalada y rappel.	Mushing.
Espeleología.	Recorridos en raqueta de nieve.
Rutas en bicicleta de montaña.	Puente malayo, tirolinas.
Educación e interpretación ambiental.	Recorridos en carro.
Snowboard.	Observación de la naturaleza.
Esquí (de fondo, montaña, travesía, alpino, telemark, acrobático).	
Rutas en todo terreno/4x4/motos de campo-quads-trikes.	

B) Actividades acuáticas:

Vela.	Motos acuáticas.
Surf/tablismo.	Hidrodesslizadores.
Windsurf.	Piragüismo (kayak, canoeing, canotaje).
Buceo/espeleobuceo.	
Deportes de aguas bravas/aguas blancas: rafting, hidrospeed, bus-bob.	

C) Actividades aéreas:

Parapente/paramotor.	Ala delta/Ícaros.
Paracaidismo.	Vuelo sin motor/motoveleros/alas rígidas.
Ultraligeros/autogiros.	
Globos aerostáticos.	

D) Actividades mixtas:

Descenso de cañones.

Heli-esquí.

Parapente-esquí.

Orientación.

Supervivencia deportiva.

Expediciones.

Multiaventura/multiactividad.

En ocasiones, los turistas de naturaleza se ven obligados con frecuencia a realizar actividades propias del turismo de aventura para conseguir sus fines de contemplación de determinadas especies o elementos naturales. Este contexto ha dado lugar a la tipología turística del "naturalista deportivo", como aquél que en nombre de la consecución de sus fines naturalistas está dispuesto a sufrir razonables dosis de esfuerzo y riesgo.

A modo de síntesis, habrá actividades claramente ecoturísticas relacionadas con la interpretación del paisaje, y otras que tan sólo podrían considerarse de aventuras o deportivas (descenso de cañones, rafting, etc.); pero lo cierto es que un número importante de prácticas pueden encajar en ambos grupos, ya que combinan la actividad con la observación de la naturaleza que se recorre o visita (senderismo, cicloturismo, recorridos hípicas, montañismo, etc.). Las relaciones entre el turismo de aventura y las motivaciones naturalistas, alcanzan sinergias muy amplias.

La diferencia última entre ambos grupos es que para los ecoturistas lo importante no es la actividad en sí misma sino el contacto con la naturaleza, mientras que otros turistas se ven atraídos específicamente por la propia actividad y las emociones que ésta produce, valorando mucho menos el entorno, sus características y estado. Por tanto, hay determinadas actividades que según quién las practique y cómo las practique, podrían considerarse o no ecoturísticas.

En definitiva, podría hablarse de una gradación en círculos concéntricos, en cuyo núcleo se encontraría el ecoturismo, a continuación las actividades *de* naturaleza (deportes y aventuras) y finalmente las actividades turísticas *en* la naturaleza (esquí). De este modo, todo el ecoturismo forma parte del grupo mayor de turismo *de* naturaleza, y éste a su vez forma parte del turismo *en* la naturaleza; sin embargo, la lectura de fuera adentro no es posible, es decir, no todo el turismo *en* la naturaleza es *de* naturaleza, y no todo este último grupo puede ser considerado ecoturismo (Barrado, 2001).

En cuanto al cada día más habitual concepto de turismo sostenible, aunque se emplea a veces para hacer referencia a actividades que tienen como atractivo principal la naturaleza, debería ser entendido de un modo amplio como introducción del paradigma de la sostenibilidad en el desarrollo de todas las motivaciones y prácticas turísticas, incluidas las más tradicionales o masivas como el sol y la playa o el esquí alpino. De hecho, éste es el criterio general tanto de la OMT como de varios organismos encargados del medio ambiente (UICN, PNUMA), como claramente lo demuestran la *Agenda 21 para los Viajes y el Turismo* (documento en el que se trasladan a la actividad turística las propuestas de la Agenda 21, un compromiso para avanzar en el desarrollo sostenible surgido de la Cumbre de Río de Janeiro de 1992), la *Carta del Turismo Sostenible* redactada en la Conferencia Mundial de Lanzarote en 1995, en la que se señala que todo "el desarrollo turístico deberá fundamentarse sobre criterios de sostenibilidad, es decir, ha de ser soportable ecológicamente a largo plazo, viable económicamente y equitativo desde una perspectiva ética y social para las comunidades locales"; y la *Carta Europea de Turismo Sostenible*.

3. LA NATURALEZA COMO RECURSO TURÍSTICO.

En la elección de los espacios naturales como destino tiene una enorme influencia la sensibilidad del turista. Cuanto mayor conocimiento de la naturaleza tenga, elegirá espacios más valiosos desde criterios ambientales y ecológicos, aun cuando presenten un

nulo reconocimiento turístico. Por el contrario, el turista de naturaleza más ocasional y menos informado, se guiará más por criterios de espectacularidad, reconocimiento social y accesibilidad; o bien por la posibilidad de realizar un mayor número de actividades más allá de la simple contemplación y estudio: senderismo, escalada, baño, navegación, caza fotográfica, etc.

De este modo, hoy día se sigue manteniendo, en gran medida, una visión y una idea de la naturaleza atractiva que procede del romanticismo y que privilegia los hitos paisajísticos y los escenarios grandiosos, la alta montaña, los cortados rocosos, las cumbres nevadas, espacios forestales siempre verdes, cursos fluviales, cascadas y lagos, etc., o bien elementos de gran efectismo como volcanes, desiertos o la fauna de gran tamaño. Por el contrario, otros espacios naturales como los humedales o el bosque mediterráneo, por citar tan sólo dos ejemplos de ecosistemas importantes en Aragón y toda España, están siendo reconocidos muy recientemente por el turista de naturaleza menos especializada, a pesar de su innegable valor ecológico, ambiental y paisajístico.

De todas maneras, esta separación de espacios según los intereses del turista no es estricta, pues como advierten muchos autores el concepto de ciclo de vida de los destinos se puede aplicar también al turismo de naturaleza. Según esta argumentación, los viajeros más interesados en el medio ambiente actuarían como pioneros, descubriendo espacios valiosos e intactos cuyo conocimiento poco a poco se va trasladando al gran público, hasta que finalmente se convierten en destinos masivos o de gran reconocimiento, como ha sucedido por ejemplo con Doñana a nivel europeo, o con algunos ecodestinos muy lejanos y remotos desde los principales núcleos emisores, caso de las selvas tropicales.

Pero quizá una de las variables más importantes para explicar la diferencia de uso turístico entre espacios que incluso pueden ser muy similares, no estriba tanto en los

recursos naturales que posean, sino en si cuentan o no con una situación legal de protección. De hecho, los espacios protegidos en razón de sus valores ambientales se han convertido en uno de los destinos privilegiados para el turismo de naturaleza, concentrando en su interior y entorno la mayor parte de los flujos y servicios turísticos ligados a lo natural.

La preferencia por estas áreas protegidas se deriva en gran medida de su mejor conocimiento por parte del gran público. Son lugares que generalmente concitan la atención de la prensa y se convierten en objeto de controversia, cuentan con información turística propia y son inexcusablemente incluidos en las guías; y, sobre todo, tienen una *etiqueta legal* de protección que parece confirmar ante los visitantes menos especializados e informados que se encuentran ante un lugar único y de excepcional valor (aunque esto no sea necesariamente cierto), lo que le otorga prestigio como destino vacacional. Por tanto, atraen desde los turistas más especializados hasta aquellos visitantes circunstanciales, lo que en ocasiones les convierte en destinos casi masivos como sucede en algunos parques de Estados Unidos y de Europa; suscitando la controversia sobre la dificultad de compatibilizar la conservación, que es su función prioritaria, con el deseable uso público.

Pero el espacio natural no atrae turistas sólo por los elementos y recursos objetivos que posea (clima, agua, vegetación, pendientes, etc.) y que permiten una serie de actividades, sino también por la imagen que de él se transmite por múltiples cauces. De hecho, en los últimos tiempos, y en un contexto de continua revalorización de lo ecológico, se está produciendo, a través de la actividad y la publicidad turística, un proceso de idealización de la naturaleza.

4. CONCLUSIONES: PROYECCIÓN DE FUTURO.

Llegado este punto de la comunicación bajo el ciclo Turismo Sostenible en Aragón debemos realizarnos una serie de reflexiones: ¿Podemos depositar toda la confianza en la actividad turística como la vía más razonable para generar ingresos para conservar el patrimonio –natural y cultural-, al mismo tiempo que se crea riqueza en una industria turística dinámica y competitiva?, pero aún más ¿hasta que punto una visión clásica del turismo rural en el cual se imponen a día de hoy criterios mercantilistas, va a tener en la protección del medio ambiente su principal aliado?

Complejas ambas preguntas, las respuestas pasan por apostar decididamente por el trabajo de los diferentes agentes involucrados en la sinergia turismo-medio ambiente. Es más, existen amplios ejemplos, que demuestran que la industria turística del futuro pasa por la calidad en el servicio, adoptando criterios de sostenibilidad ambiental. Resulta necesario demostrar y aplicar una actitud positiva hacia las exigencias ambientales de esa demanda externa, que nos ayude entre otras cuestiones, a desestacionalizar nuestra concentrada actividad turística.

En este conjunto, el entorno natural asume su papel de referencia de calidad, la calidad del producto turístico es también la calidad del espacio. El producto turístico irá asociado indisolublemente al entorno natural y seres humanos que lo habitan.

Paralelamente, señalar que las formas de turismo más implicadas con los recursos naturales (ecoturismo, turismo rural, turismo de aventura, etc.) no constituyen una oferta lo suficientemente organizada y unificada con unos criterios mínimos de calidad operativa y de servicio. Este es el gran problema que mantiene a estos productos distantes de las grandes redes de distribución.

Decir que hay que trabajar de modo consensuado para aspirar a la gestión integral turística de los espacios naturales, distribuyendo a los visitantes según sea su grado de interés en el propio medio. Deben diseñarse sinergias efectivas conjuntas, lo natural, lo rural, lo cultural y lo histórico se confunden, pidiendo una aproximación holística. Pero siempre, sin olvidar el elemento humano.

En este sentido la Carta Europea de Turismo Sostenible en Espacios Naturales Protegidos es una valiosa herramienta para la planificación participada del turismo en estos espacios, contribuyendo además a mejorar la percepción de la población local hacia los mismos.

Plantear un tratamiento conjunto, económico, turístico y científico, a largo plazo, impone actuar bajo una serie de premisas. La primera económica es elocuente, si los fondos necesarios para que los espacios naturales se conserven deben ser originados por las propias actividades turísticas, es necesario responder de una manera eficaz a las necesidades operativas de las empresas turísticas que trabajan en estos espacios, y explotan comercialmente sus recursos naturales.

Más importante es esta premisa en nuestra Comunidad Autónoma de Aragón, cuando las empresas que constituyen el tejido empresarial de los espacios, tienen en él su oportunidad de supervivencia. Así, la participación de la comunidad local se constituye fundamental, además de ser una muestra de inteligencia económica, cultural, y sobre todo de respeto histórico. Así, parece difícil justificar las bases de la sostenibilidad futura de un proyecto de desarrollo ambiental turístico, si no se cuenta en paralelo con los cimientos de la sostenibilidad aportada por el pasado.

La estrategia a seguir puede consistir en una combinación de dos factores:

- a) La definición de unos "límites del cambio aceptable", relativo a las acciones a tomar sobre el patrimonio natural.

- b) Diseño de políticas de marketing, ambientalmente responsables, relativas a los productos turísticos originados, resultando interesante no vender tanto el espacio natural, sino su entorno bajo la misma marca.

En síntesis, no se vendería más de lo que el recurso o territorio pueda soportar. El marketing ecológico del turismo se traduce en productos ecoturísticos, hostelería ecológica e información ambiental. La estrategia de calidad se corresponde con la necesidad imperiosa de dar salida a la sensibilidad ambiental de la demanda.

La clave es generar un proceso evolutivo, de la información ambiental a la educación, y de aquí a la interpretación. O lo que es lo mismo, evolucionar desde el conocimiento de los hechos a la creación de comportamientos, y de ahí a la puesta en íntimo contacto del hombre con el medio, con los recursos naturales.

5. BIBLIOGRAFÍA.

BARRADO, D. y VILA M. (2001): "Turismo en espacios de montaña y naturales", en BARRADO, D. y CALABUIG, J: *Geografía mundial del turismo*. Síntesis, Madrid, pp. 123-150.

CALLIZO, J. (1991): "Aproximación a la Geografía del Turismo". Síntesis, Madrid, 215 pp.

CONFERENCIA MUNICIPAL DE TURISMO SOSTENIBLE (1995): "Carta europea de turismo sostenible". Gob. Canarias, Secretaría General de Turismo, 64pp.

(2005): "Conclusiones de las mesas redondas", en 11º Congreso de Europarc-España ESPARC 2005.

MARTÍN, F. (1994): "Nuevas formas de turismo en los espacios rurales españoles", *Estudios Turísticos*, nº122, pp. 15-39.

NOGUÉ, J. (1992): "Turismo, percepción del paisaje y planificación del territorio", *Estudios turísticos*, nº115, pp. 45-54.

VERA, J.F. (Coord.) (1997): "Análisis territorial del Turismo". Ariel, Barcelona.

Oficina Desarrollo Socioeconómico
Parque Natural de Sierra y Cañones de Guara
Centro de Interpretación de Bierge
Ctra. Rodellar s/n. 22144.BIERGE
Tfnos. 974318238/680632672
desarrolloguara@sodemasa.com