

## RESSENYES

PRENTICE, R. *Tourism and heritage attractions*. Londres: Routledge, 1993, 253 p.

L'expressió *heritage tourism* (una possible traducció seria turisme històric o de patrimoni) és molt poc coneguda en els àmbits acadèmic i geogràfic de l'Estat espanyol, i sembla justificat dir que hi ha encara pocs investigadors que dediquin el seu temps i els seus esforços a ampliar la recerca que pot donar de si aquest camp de coneixement (encara molt pobre a casa nostra si es compara amb altres països, especialment el Regne Unit). En part és lògic que sigui així perquè el nostre és un país on el turisme de «masses» ha predominat de manera absoluta i, per tant, és el que ha rebut tota l'atenció i la dedicació investigadores en detriment de qualsevol altra nova modalitat de fer turisme.

La paraula *heritage* significa tot allò que és deixat en herència, les coses de valor (materials i immaterials) que una generació passada ha preservat i entregat a una generació present. Aquesta definició tan vasta abraça elements del món natural com els elaborats o modificats per l'activitat humana. Així, en l'àmbit turístic, aquest concepte ha estat aplicat a elements tan diversos com paisatges, edificis d'un cert renom històric, instal·lacions manufactureres, museus, catedrals, centres i nuclis antics, festivals folklòrics, tradi-

cions culturals, etc. Es pot dir, doncs, que aquest concepte presenta tantes manifestacions diferents i un grau tan alt de diversitat com necessitats de consumir *heritage* poden sentir uns col·lectius de turistes, també heterogenis. Així, aquesta extensa tipologia fa que la noció de turisme històric com a activitat econòmica sigui rebutjada si es presenta com quelcom simple (quant al nombre de modalitats que pot abraçar), uniforme (pel que fa a la caracterització d'aquestes possibles modalitats), i senzilla (si es vol elaborar una tipologia exacta i fidedigna). És a dir, hom pot tenir la sensació que s'està parlant d'una mena de «calaix de sastre» on s'agrupa una gran varietat d'activitats tan divergents que, *a priori*, poden no tenir cap lligam entre elles; per exemple, el sentit comú ens pot fer veure que la visita a una catedral o a un museu resulta del tot lògica dins un recorregut cultural; però, en canvi, visitar unes antigues instal·lacions industrials o mines pot semblar, aparentment, inversemblant.

El llibre de R. Prentice presenta una anàlisi detallada del que és l'*heritage tourism*. L'autor explora en la naturalesa d'aquest producte i argumenta que és excessivament i fàcilment considerat com una indústria homogènia quan, de fet, comprèn unes atraccions que serveixen i estan destinades a uns determinats mercats turístics, força diferents entre ells. El

llibre està estructurat en onze capítols; així, els dos primers estudien tant la diversitat de la demanda pel consum d'aquest *heritage*, com l'heterogeneïtat de la seva oferta disponible. S'estableix una segmentació de la demanda i un perfil típic del turista, en funció de variables com la consideració d'aquest turisme com d'ordre secundari (d'interior i de curta durada), el grau de conscienciació respecte al passat que tenen els turistes, o en funció de les motivacions i dels comportaments. De tota manera, i com s'afirma al llarg del llibre, les dades recollides per mitjà dels treballs de camp en diferents indrets són insuficients per establir unes conclusions definitives.

Seguidament, l'autor analitza l'oferta disponible que hi ha en aquest turisme, i reflecteix molt bé la seva heterogeneïtat. D'un camp inicial, limitat i concret, ha acabat expandint-se fins a designar tantes coses com diversitat de motivacions pot haver-hi. Així, l'*heritage* és vist com una amalgama de formes, paral·lela a les necessitats percebudes en diferents grups de persones. Aquest fet implica la urgència de crear una tipologia que sigui concisa, manejable i que redueixi l'elevat nombre d'atraccions en un seguit de categories, sense caure, però, en l'error de la sobregeneralització. D'aquesta manera, l'autor proposa la seva pròpia tipologia (p. 39-40), formada per 23 tipus diferents de possibles interessos (amb les corresponents subdivisions) i que, com reconeix el mateix Prentice, frustra una classificació potencial de l'*heritage* com una activitat econòmica simple.

Al tercer capítol es deixa ben manifest l'escàs coneixement que hi ha sobre les característiques del turista d'*heritage*. L'autor intenta elaborar un perfil que sigui representatiu, però arriba a la conclusió que aquestes atraccions són visitades per segments turístics diferents. En conseqüència, o bé el turista és definit de manera àmplia fins a incloure-hi els que visiten una d'aquestes atraccions com una part

petita de les seves vacances, o bé es consideren només els que visiten indrets d'*heritage* com la principal o única activitat vacacional.

En el capítol següent s'analitzen els motius, les raons i les preferències dels turistes per a la realització d'una determinada visita, i entre aquests s'esmenten: un interès general o gaudir d'un recorregut turístic; passar el dia fora amb la família; un interès particular en determinats aspectes històrics i culturals; raons educatives; etc. Tot i així, sembla que predomina el primer motiu, amb la qual cosa és possible afirmar que «l'especialista» en *heritage* constitueix un segment secundari del mercat en proporció al nombre total dels turistes que visiten les atraccions. Relacionat amb aquest aspecte, al cinquè capítol l'autor afirma que les visites de gran part dels turistes es poden emmarcar en el context recreacional general de considerar-les només una part del que es pot fer en un dia. L'autor també intenta establir una possible segmentació de la demanda en funció de la durada de la visita a les atraccions i el nivell educatiu del visitant, el radi de les àrees de mercat al voltant d'aquestes atraccions, la forma d'accés o de viatge, i els lligams entre les visites i altres activitats vacacionals.

El capítol sisè és dedicat a la manera com les atraccions d'*heritage* són promocionades entre els turistes i a l'efectivitat que tenen els mitjans publicitaris en la seva difusió arreu. Es fa un estudi dels mitjans de promoció utilitzats amb anterioritat i posterioritat a l'arribada dels turistes a l'àrea de destinació (publicitat, visites prèvies, recomanacions de les agències de viatge, d'amics i de parents, centres d'informació turística, guies, mapes, televisió, propaganda, etc.) com també del paper que tenen els pamflets turístics en l'ecoratjament dels turistes a efectuar la visita. L'aspecte de les qüestions de valoració continua al capítol setè, en què s'analitza el paper del comerç a petita escala en les àrees de destinació i de les despe-

ses que hi fan els turistes (records, regals, hostaleria, etc.), tant als mateixos indrets turístics com a la seva zona d'influència.

Al capítol vuitè, Prentice ens proporciona una perspectiva molt bona de com el turisme ha d'anar lligat a la conservació de les àrees d'*heritage*, en una època en què els impactes del turisme poden ser substancials en termes de canvi mediambiental (entès aquest no solament en un sentit físic i natural sinó també social, econòmic i d'hàbitat). S'estudia la relació entre el grau de compromís (per exemple, la pertinença a associacions i a entitats culturals) dels turistes amb la conservació de l'*heritage* i la seva «preparació» a pagar per aquesta conservació.

Els dos últims capítols (tret de les conclusions) estan dedicats, d'una banda, a la valoració per part del turista de la presentació de l'*heritage*, i de l'altra, als beneficis derivats de les visites. Respecte del primer punt, s'emfasitza la necessitat de conèixer l'avaluació que fa el turista de l'atracció i, per tant, aquest aspecte es considera prioritari en tota investigació en aquest camp, com també les diferents vies d'efectuar-la. Pel que fa al segon punt, es discuteix sobre els beneficis que poden obtenir els turistes amb les seves visites (no s'esmenten, però, els beneficis derivats per a la comunitat local, i que poden ser resumits en termes de gaudi, recomanació o ganes de veure una altra atracció d'*heritage*, adquisició de noves experiències, etc.

En definitiva, aquest és un llibre que resulta força útil si es vol tenir una visió del que s'entén per *heritage tourism*, dels temes clau que poden ser objecte d'atenció, com també del seu enfocament, ja que considera tant la segmentació d'aquest mercat turístic com el desenvolupament de les seves atraccions, sigui en situacions de planificació urbana o rural, atès que aquesta nova modalitat de turisme abraça atraccions tan diverses que es poden trobar localitzades en ciutats i en zones agràries. R. Prentice opina que seria més correcte considerar aquest turisme

històric com una indústria que cobreix una gran varietat de funcions, des de l'educació fins a la regeneració econòmica d'unes àrees en procés de desindustrialització (sobretot interiors). L'autor també demostra que les demandes dels turistes, el perfil socio-econòmic i els processos de presa de decisions tenen unes implicacions directes en la gestió i el màrqueting de les atraccions, i analitza els beneficis que comporta per al visitant la seva estada i mesura les seves reaccions a la presentació dels indrets. És, per tant, un manual d'aprenentatge per desenvolupar amb èxit aquest tipus d'atraccions, que posa èmfasi en les implicacions educatives i recreacionals. Així doncs, el llibre esdevé una important lectura per als gestors d'atraccions d'*heritage* i professionals del sector turístic en general, i proporciona als estudiosos del lleure i del turisme una perspectiva general i completa.

D'altra banda, la manca d'informació general sobre aquest tema es veu compensada per la nombrosa presència de referències fetes a estudis parcials de diverses atraccions d'*heritage*, amb un tractament especial a l'illa de Man. Per tant, no seria sobrer que, abans d'iniciar la lectura d'aquest llibre, el lector s'informés breument sobre les característiques essencials d'aquest espai insular. Tot i així, el mateix lector presenta dades i altres informacions referents a moltes altres atraccions turístiques de tipus històric o de patrimoni, això sí, centrades exclusivament en l'àmbit anglosaxó (que és l'àrea on es troba més desenvolupada aquesta activitat turística). Així, per exemple, a les pàgines finals del llibre hi ha un extens índex (toponímic, temàtic i onomàstic) d'on es pot treure una idea de les referències espacials (entre altres) que s'hi han fet.

Per finalitzar, cal dir que, pel fet de ser un llibre força localitzat en l'espai, es pot pensar que les seves idees i conclusions no són extrapolables a uns altres contextos territorials (per exemple, a l'Estat espanyol). És possible que sigui així, i que

determinades experiències de reactivació econòmica realitzades en unes àrees depri- mides socialment i econòmicament (com a conseqüència d'un agut procés de desin- dustrialització i desaparició de les activi- tats econòmiques tradicionals), no es puguin aplicar en unes altres. Però el que sí és clar és el fet que sovint moltes atrac- cions d'aquest tipus són considerades només quan ha sobrevingut aquest procés de declivi socio-econòmic, és a dir, quan la base econòmica local s'ha quedat sense cap pilar que la sustenti. És en aquests moments quan el turisme és vist com un instrument vàlid per iniciar una fase de recuperació i, alhora, com un element més per diversificar aquesta base productiva local. Així doncs, ni aquest nou turisme resulta ser la panacea per resoldre tots els problemes, ni cal pensar tampoc que qual- sevol cosa pot servir per promocionar turís- ticament una àrea en concret. Cal, abans de res, estudiar factors com la viabilitat d'una futura atracció d'*heritage*, el mercat potencial al qual pot estar destinada, els seus beneficis i inconvenients, etc.

Joan Carles Llurdés i Coit  
Departament de Geografia  
Universitat Autònoma de Barcelona

OLIVERA, Ana. *Geografía de la salud*. Madrid: Síntesis, 1993, (Col. Espacios y Sociedades), 160 p.

En las Primeras Jornadas sobre Población Española organizadas por el Grupo de Población de la AGE, en colaboración con el Departamento de Geografía de la Universidad de Salamanca, celebradas en esta ciudad a finales de junio de 1987, la profesora Aurora García Ballesteros empla- zó, con toda cordialidad, a Ana Olivera para que de una vez por todas pusiera en orden su extensa recopilación de fichas bibliográficas sobre geografía médica, sus reflexiones sobre dicha bibliografía y

sus propios trabajos sobre el tema, y publi- cara los resultados.

Cabe decir que, finalmente, Ana Olivera ha publicado el libro que le reclamaba García Ballesteros: *Geografía de la salud*. Este libro es un manual introductorio para estudiantes universitarios y para inter- esados sobre la materia, que, con un len- guaje sencillo pero no exento de una gran exactitud, introduce todos los temas bási- cos de dicho campo de la geografía.

El primer capítulo del libro, «De la geo- grafía médica a la geografía de la salud», trata de la evolución histórica de la disciplina, de las relaciones con otras disciplinas geográ- ficas y de cuestiones metodológicas. Las topografías médicas de enfoque higienista del siglo XIX aparecen como punto de ori- gen de la geografía médica, seguidas por la localización territorial y la distribución de las enfermedades —principalmente infeccio- sas— entre 1920 y 1970, para que, a par- tir de 1970, la nueva geografía influya en la geografía médica, sobre todo con el uso de modelos de difusión y de accesibilidad a los servicios sanitarios. La geografía radical, con el análisis de las desigualdades sociales y terri- toriales frente a la mortalidad, morbilidad y salud, así como los estudios de la geogra- fía humanista en relación con la percepción de lugares como más o menos sanos o a la aceptación de vivir cerca de hospitales, son, en resumidas cuentas, muestra de cómo desde cualquier perspectiva geográfica se pueden tratar temas de geografía de la salud.

El segundo capítulo, «Fuentes de estu- dio», es una recopilación exhaustiva para el conjunto de España sobre temas de mortalidad, morbilidad, discapacidades, salud, equipamientos médicos y sanita- rios, así como una sucinta relación de otras fuentes que pueden y suelen reco- ger información sobre el tema. También hay un apartado sobre fuentes interna- cionales, principalmente de la OMS y de las Naciones Unidas, que ofrecen infor- mación a escala mundial.

La idea central del tercer capítulo, «Introducción a la geografía de las enfer-