

que es poden produir en el turisme en concret. Obre una línia des d'on la geografia no només pot aportar informació, sinó també la seva experiència en l'aplicació de l'enfocament de gènere. De fet, potser és aquí on alguns lectors no familiaritzats amb els enfocaments de gènere poden trobar que la lectura és tediosa, ja que en el llibre manca una contextualització del que són les relacions de gènere, fet que pot desconnectar del llibre el lector no iniciat en aquesta matèria. La perspectiva de gènere i la teoria que hi ha al darrere es dóna per entesa; els diferents capítols entren directament en matèria, sense definicions ni referències sobre la teoria de *gènere*.

Es tracta, però, d'un interessantíssim llibre que aconsegueix el que es proposa en l'inici: assentar les bases de debat, obrir una línia de treball en turisme. Els seus autors saben també que no aborden tots els temes possibles (com per exemple el paper de la dona en altres tipus de turisme, ecoturisme, turisme alternatiu; diferència en els rols de gènere en diferents tipus de turisme, etc.), i són conscients de les mancances i les llacunes existents, de les quals podran partir treballs de lectors i investigadors potencials.

Alba Caballé i Rivera  
Universitat Autònoma de Barcelona  
Departament de Geografia

MARTÍ, Jordi; COMAS, Antoni (1994).  
*La quiebra de la «idea Disney» en París*.  
Barcelona: Tibidabo Edicions. 253 p.

Està previst que a partir del mes de maig de 1995 s'inauguri el primer parc temàtic a l'Estat espanyol, entre els municipis tarragonins de Vilaseca i Salou. Es tracta de Port Aventura, qualificat com un dels futurs i millors atractius turístics de la Costa Daurada. Les previsions fetes sobre la seva incidència en el sector turístic de tota aquesta àrea són força espectaculars: una extensió de 115 hectàrees, una inversió de 50.000 milions de pessetes, 2.000 llocs de treball directes i 25.000 més d'indirectes, i un valor brut afegit aproximat d'uns 100.000 milions de pessetes. L'objectiu fixat pel grup d'empreses que encapçalen el projecte —entre altres, el grup Pearson, Anheuser Busch, Fecca i «la Caixa»— és el d'atreure més de dos milions i mig de persones durant la seva primera temporada, dels quals la meitat podrien ser estrangers. Els visitants espanyols formarien l'altre

gran mercat potencial, especialment els procedents de les comunitats de Catalunya, Aragó, País Valencià, Madrid i Navarra, que constitueixen la principal àrea d'influència de la Costa Daurada (Mosteti, 1995).<sup>1</sup>

Aquesta targeta de presentació de Port Aventura, tan optimista i triomfalista, és molt similar a la que va fer-se ara fa uns quants anys amb el parc temàtic d'Europa més conegut avui dia, l'Eurodisney de París. La realitat, però, és que el desembarcament al continent europeu del ratolí Mickey Mouse, la Blancaneu, Dumbo, Donald i companyia no ha estat gens afortunat, i des del primer moment en què hom va començar a parlar-ne (a principi de la dècada de 1980) ha estat envoltat de molta polèmica. Actualment el parc viu una greu crisi econòmica i de prestigi des que fou inaugurat el 12 d'abril de 1992. Aquest llibre és un recull exhaustiu i detal-

1. MOSTETI, M. (1994-95). «D'aventura pel món». *Estrella Magazine* (revista de «la Caixa»), 8 (hivern), p. 34-37.

lat dels factors, els problemes i les conseqüències que poden provocar una previsible fallida econòmica i el consegüent tancament del parc. És més, les investigacions recollides pels dos autors apunten al fet que si Eurodisney no ha tancat les seves portes (de manera definitiva, temporalment o en determinades èpoques de l'any) és per una simple, però alhora onerosa, qüestió de prestigi. Cap dels altres tres parcs temàtics propietat de l'empresa mare The Walt Disney Company (TWC), s'ha trobat mai en una situació tan crítica com el de la capital francesa, ans al contrari, ja que Disneylandia i Disneyworld (als Estats Units), i Tokyo Disneyland (al Japó), han esdevingut uns negocis altament rendibles en aconseguir atreure milions de visitants anyals.

El llibre pot ser considerat com un toc d'atenció sobre el gran desconeixement que demostren tenir determinades empreses del sector de l'oci i l'espectacle (i segurament TWC n'és la més important del món), sobre les preferències i els gustos en matèria de turisme de la gent en general i dels potencials visitants en particular. Eurodisney constitueix un bon exemple de com l'homogeneïtzació del recurs turístic ha pogut comportar el seu propi fracàs i, a la vegada, de l'error que suposa creure que els nord-americans, els japonesos i els europeus són tres mercats uniformes i similars des d'un punt de vista turístic. Generalment, els primers han tendit a acceptar més fàcilment tot allò que els ha arribat d'altres cultures (de fet, així es va configurar el seu país), però sempre considerant que la *the american way of life* és la millor possible, mentre que a l'altra banda del Pacífic els nipons han viscut molt influenciats per la cultura americana després de la II Guerra Mundial, i nosaltres, els europeus, som una amalgama força heterogènia de cultures diferents (malgrat que ens ho volen fer creure, no existeixen encara uns Estats Units d'Europa), algunes de les quals

mostren recels i temors pel que fa a determinades ingerències estrangeres.

Dos comentaris reflecteixen clarament la problemàtica dels trets diferencials dels turistes. El primer, d'un periodista del diari *The Sunday* quan afirmava que «en el corazón del problema, y para desgracia de Eurodisney, reposa la necesidad irconciliable de ser tan americano como sea posible y tan europeo como sea necesario» (p. 184); i el segon, el d'un membre del *staff* del parc que, fent esment dels francesos (i dels europeus) diu: «no tienen paciencia. Una familia americana atendería a tres o cuatro atracciones y luego comería tranquilamente. Disfrutaría del entorno. A los franceses no les gusta hacer colas» (p. 223). Amb tot això, tenim que el parc dedicat a l'heroi Astèrix, l'irreductible gal i un veritable ídol nacional a França (en funcionament des de 1989), ha anat atreient visitants progressivament i l'Eurodisney, en canvi, n'ha anat perdent. Per acabar d'adobar-ho, enmig d'aquesta batalla lúdicotemàtica-turística, un altre parc francès —Futuroscope inaugurat l'any 1987— ha aconseguit també fer-se amb una part del pastís.

El llibre està escrit per dues persones que han desenvolupat part de la seva vida professional en el món de la informació i el periodisme, i s'estructura en tretze capítols de lectura fàcil, entenedora, encara que de vegades un xic repetitiva respecte a algunes expressions i conclusions. Hi són analitzades moltes qüestions, per exemple: per què Eurodisney no es localitzà finalment a Espanya?, quins són els factors que expliquen els seus elevats números vermells?, per què el 50% dels treballadors van abandonar el parc al cap d'un any de ser obert?, per què ha creat tanta polèmica entre els cercles polítics i intel·lectuals francesos?, per què Eurodisney va més enllà d'un simple parc d'atraccions?, per què hi ha hagut tantes dificultats per trobar el seu mercat i els seus clients esterotipats?, per què passar un dia en un parc Disney és una expe-

riència viscuda de forma diferent per un turista nord-americà o japonès que per un europeu?, etc.

Val la pena reflexionar sobre determinades idees comentades en alguns d'aquests capítols i que fins a un cert punt tenen una incidència geogràfica. Són tres: la decisió d'instal·lar el parc a París en detriment d'altres possibles localitzacions al País Valencià i a Catalunya, el clima, i la diferència d'hàbits turístics que hi ha en uns països i en uns altres. Pel que fa a la primera, Europa era una assignatura pendent de l'empresa TWC, ja que aquesta multinacional americana no hi tenia instal·lat encara cap parc temàtic a l'estil de Disneylandia, Disneyworld i Tokyo Disneyland i, en canvi, tot semblava indicar que constituïa un mercat turístic excel·lent. Potser els dirigents de la TWC cregueren que el seu projecte seria molt ben rebut, de la mateixa forma que ho fou mig segle enrere el famós plan Marshall d'ajuda nord-americana a una Europa devastada per la guerra. De fet, els executius de l'empresa no es van equivocar en aquest sentit, ja que els emplaçaments per acollir el parc proliferaren arreu d'Europa (en foren estudiats i visitats uns 200). Les candidatures, però, quedaren reduïdes a tres: a Catalunya (en una àrea compresa entre l'Arnetlla de Merola i Vandellòs i també al municipi d'Altafulla), al País Valencià i a França.

Finalment fou la zona de Marne le Vallée (molt propera a París) l'escollida ja que, en relació amb les possibles ubicacions espanyoles, té més densitat de població, un turisme més estable al llarg de l'any, una elevada renda per càpita, una situació geogràfica millor i unes excel·lents comunicacions amb la resta del continent. En canvi, hom no va tenir gaire en compte el fet que, encara que París rebí uns 40 milions de visitants a l'any, aquests són en la seva gran majoria, matrimonis d'edats madures o de jubilats, i parelles joves sense fills o que estan en viatge de noces (que no responen, a

priori, a l'estereotip dels visitants als parcs temàtics, de caire més familiar). Així mateix, l'empresa no va saber veure que una renda més elevada per habitant no significa automàticament disposar d'un poder adquisitiu més gran i, per tant, no implica gastar més en una estada a Eurodisney. De fet, el competidor més ferotge del parc ha acabat sent la mateixa capital parisenca i les seves bones comunicacions amb el parc, ja que molts visitants prefereixen fer més despesa a París (fins i tot pernoctar-hi) que no al parc i als seus hotels.

El segon d'aquests factors, fa referència a les adversitats climàtiques, en el sentit que, tal com afirmen els autors en el capítol 10: «un verano corto y un invierno largo agravan la pulmonía financiera de Eurodisney» (p. 205). Des d'un punt de vista climàtic, sembla que l'elecció de París no fou la més adient i, així, les adverses condicions meteorològiques locals de la tardor, l'hivern i part de la primavera no han permès al parc tenir un flux de visitants continuat i regular al llarg de l'any. Uns altres parcs temàtics, com el d'Astèrix, tanquen les portes durant els sis mesos de tardor i hivern i, per contra, Eurodisney no ho fa per un principi de prestigi. Tot i així, atribuir la crisi financera del parc al clima fóra excessiu, però el que sí que és cert és que visitar Eurodisney en un dia de pluja i fred resulta incòmode, gens agradable i no es gaudeix tant de les seves atraccions i espectacles. I encara que el parc temàtic de Tokyo sigui un complet èxit amb un temps tan enutjós com el de París, això ja pot indicar les diferències de tarannà dels japonesos respecte als europeus.

Finalment, i lligat amb això últim, cal tenir en compte el concepte diferent que hi ha a Europa del que significa fer vacances. Als Estats Units, el turista nord-americà que es desplaça a Disneyworld ho fa per passar-hi uns quants dies i visitar, alhora, els altres parcs temàtics que estan ubicats a la zona (és a dir, no es planteja fer

turisme urbà a la ciutat d'Orlando). Al continent europeu, però, el més probable és que el visitant d'Eurodisney només ho sigui per unes quantes hores o per un dia sencer i passi les seves vacances a París i, per tant, pernocti a la capital i no al parc (encara que aquest tingui completament resolta la qüestió de l'allotjament, amb sis hotels i un càmping). També hi juga el factor de la concentració de gran part de les vacances a l'estiu, que fa que uns dels competidors de l'Eurodisney siguin, a més de París, els mateixos parcs Disney dels Estats Units. en especial el d'Orlando, en atreure un flux important de visitants europeus (i que, a la vegada, tenen l'oportunitat de veure un país molt més diferent de tots els d'Europa).

En definitiva, un parc temàtic amb una aflluència de públic que ha anat a la baixa, un deute generat des de la seva obertura d'uns 500.000 milions de pessetes (fins al febrer de 1994), unes accions que han pas-

sat de cotitzar-se a 72 francs francesos el 1989 a poc més de 7 francs l'estiu de 1994. Cal ser conscients que parlar d'un complex Disney és fer referència a moltes més coses que un parc d'atraccions (hotels, botigues, restaurants i, a diferència del cas francès —encara que planificat, però—, complexos residencials, d'oficines, camps de golf, etc.). És a dir, en realitat un projecte immobiliari de dimensions descomunals que, a Eurodisney s'ha vist obligat a paraitzar-se perquè, senzillament, les xifres de visitants i de les seves despeses previstes —potser excessivament optimistes i triomfalistes— no s'han assolit ni de bon tros. Com a mínim, a Port Aventura la bonança del temps al litoral tarragoní i l'aflluència massiva de turistes a l'estiu són dos factors, a priori, assegurats.

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

CALDWELL, Lynton K. (1993).

*Between Two Worlds. Science, the environmental movement and policy choice.*

Cambridge University Press, 223 p.

= *Ecología. Ciencia y política medioambiental.*

Madrid: MacGraw Hill/Interamericana de España, 251 p.

El senyor Lynton K. Caldwell és ben conegut als EUA com un dels inventors de les avaluacions d'impacte ambiental i com el principal artífex de la NEPA, la famosa llei que va introduir l'avaluació d'impactes ambientals en l'àmbit de les grans decisions governamentals dels Estats Units (1963). Professor emèrit de Ciències Polítiques i Ambientals de la Universitat d'Indiana, Lynton Caldwell és autor de dotze llibres sobre política ambiental, traduïts a dinou llengües, entre els quals destaquen: *In defence of the Earth: International Protection of the Biosphere* (1972), *Science and the National Environmental Policy Act: Redirecting Policy Through Procedural Reform* (1982) *International*

*Environmental Policy: Emergence and Dimensions* (1984). Ha treballat com a consultor de nombrosos organismes governamentals dels EUA, internacionals (UNESCO, UICN) i no governamentals (The Nature Conservancy) i, des de la Cimera d'Estocolm a l'any 1972, ha estat membre de delegacions oficials dels EUA en diverses conferències internacionals sobre el medi ambient arreu del món.

El llibre *Between two Worlds* té un propòsit ambiciós: realitzar una anàlisi i una interpretació integrada de les interrelacions entre la ciència, el moviment ecologista-ambientalista i les polítiques estatals i internacionals, amb l'objectiu d'indicar «quines creences caldria abandonar, quins