

laprovincia.es » Entrevista

LUIS FALCÓN: "Hay que pensar el turismo como negocio y construcción de imaginario"

Luis Falcón (Las Palmas de Gran Canaria, 1969) interviene esta tarde en las Jornadas 'Los no-lugares del turismo y el no-turismo de los lugares' que coordina el antropólogo Fernando Estévez en el MIAC de Lanzarote.

MARIANO DE SANTA ANA - LAS PALMAS DE GRAN CANARIA. Titulado por la Escuela de Arquitectura de Las Palmas, con posgrado en el Berlage Institute, Luis Falcón es codirector, con Manuel Gausa y Silvia Banchini, del Master Intelligent Coast de la Universidad Politécnica de Cataluña. Codirector con Silvia Banchini de LOAD architecture office, ha sido profesor en el E.T.H. de Zurich y en la Facultad de Arquitectura de Zagreb.



Luis Falcón. LP / DLP

-¿Cuál es la filosofía del Master Intelligent Coast, del que es codirector?

- Por primera vez en Europa hay una propuesta educativa y de investigación que aborda la relación entre el fenómeno turístico, el territorio y el paisaje.

Esto constituye un cambio de paradigma porque reemplazamos una perspectiva casi industrial del turismo por una visión integral del territorio atendiendo a todos los agentes que los transforman,

prestando atención especial a la construcción de imaginario. El master se divide en tres trimestres: uno que atiende a la figura del consultor del territorio, público o privado; un segundo en el que se aborda la construcción de modelos de evaluación de la excelencia del producto turístico, y un tercero en el que se trabaja con proyectos reales. Hemos contado con personas destacadas en el ámbito de la reflexión medioambiental como Salvador Rueda, Faustino García Márquez, Juan López de Uralde o François Breton. En el área urbanística han participado, entre otros, Oriol Nelo, Rem Koolhaas, Joan Busquets, Gabriel Dupuy y José Miguel Iribas, y en el ámbito de la cultura hemos contado con gente como Fernando Estévez, Manuel Delgado, Michel Houellebecq, Scott Lash y George Ritzer.

MULTIMEDIA

 Fotos de la noticia

- El turismo es ya la primera industria global y España, según distintos indicadores, la segunda potencia turística mundial, pero paradójicamente también uno de los países que menos reflexión académica dedica al turismo. ¿A qué responde esto?

- Responde a que todavía le llamamos industria y el turismo no es una industria, es una economía transversal que va más allá del desarrollo fordista. Anteriormente el producto turístico sólo se veía desde el punto de vista de la alta eficiencia económica. El turismo es una economía de alta velocidad de implantación y por tanto, como la industria, sólo entiende de beneficios. Pero desde hace una década, con el debate sobre el medio ambiente y los recursos, el producto, que es, digamos, el receptor, no lo piensan los emisores de turistas sino los locales. Cuando usted piensa el turismo como un servicio que ofrece pero también como una construcción de imaginario se plantea la balanza de pagos entre los que vienen a hacer negocio y los que ofrecen servicios y recursos. Ese cambio de paradigma hace que la complejidad de la reflexión turística vaya más allá del puro negocio económico.

- ¿Canarias, por su tradición turística, es un lugar idóneo para reflexionar sobre el posfordismo?

- Absolutamente. El posfordismo corresponde a la posmodernidad, que es la apología de la individualidad. Ahora se han introducido nuevas variables: una es el medioambiente, como valor añadido local, y otra internet, una herramienta que ha cambiado la comercialización del turismo, que ya no depende del emisor, del touroperador. La conexión entre el producto y el cliente es directa. Este asunto es clave porque Canarias siempre ha dependido del touroperador. La construcción del turismo en Canarias tiene que ir enfocada al posfordismo que va asociado a la individualización de los servicios pero con una organización sistemática.

- Existen en Canarias poblados costeros como Cho Vito, en Tenerife, cuyos habitantes no son propiamente residentes ni veraneantes, que es objeto de atención en estas jornadas del MIAC. Los planificadores modernos quieren erradicar este asentamiento para homogeneizar la costa. ¿Es usted partidario de uniformizar el litoral?

- Absolutamente no. El ser humano construye imaginarios y cuando se construyen imaginarios, sean locales o globales, esas construcciones deben de prevalecer sobre cualquier tentativa de homogeneización. El problema del Ministerio de Medio Ambiente es que entiende la costa como una unidad plana. Pero hay si hay construcciones como Cho Vito que generan un valor añadido habitacional las debemos de conservar porque constituyen imaginarios autóctonos complejos y pueden ser hasta un reclamo turístico.

- ¿El turismo homogeneiza las culturas?

- El posicionamiento habitual es lo local versus lo global como homogéneo. Pero los turistas no son una banda de descerebrados que viene a colonizar un lugar sino la construcción del ideal contemporáneo de sociedad, una sociedad compleja, con múltiples identidades, que en un momento dado se concentra en un sitio. El turismo es la representación de la sociedad tolerante. La construcción del Templo Ecuménico en Playa del Inglés en época de Franco es un ejemplo.