

RYAN, Chris y HUANG, Songsham (eds.) (2013)
Tourism in China: Destinations, Planning and Experiences
 Bristol: Channel View Publications, 321 p.
 ISBN 978-1-84541-401-6

China se ha consolidado como destino turístico y en 2014 el país recibió 55,62 millones de turistas extranjeros, con lo que se situó como el cuarto país más visitado, por detrás de EE. UU., Francia y España. Además, se produjo un total de 3.600 millones de viajes domésticos, lo que confirma el crecimiento sostenido del sector en los últimos años. Después de las reformas económicas de finales de 1970, el turismo chino se ha desarrollado rápidamente partiendo de una situación de inexistencia. En los años previos a 1996, el turismo doméstico llegó a crecer un 20% anual y, tras las políticas del Gobierno central a favor del consumo y el gasto, las cifras han continuado aumentando. El Gobierno incluso reconoció en 2009 que el turismo era uno de los pilares de la nueva economía de China.

En este país, muchas regiones se encuentran en la primera fase del ciclo de vida turístico: aparecen dinámicas de exploración, participación, desarrollo y crecimiento (Butler, 1980), en un marco en que el turismo ha sido valorado como un elemento positivo tanto por el Gobierno como por la sociedad. Teniendo en cuenta que el turismo es un potente elemento generador de impactos y cambios territoriales, económicos y socioculturales (Hall y Lew, 2009), el libro que se reseña constituye un esfuerzo encomiable por presentar experiencias chinas de desarrollo al público occidental. Aparecen cuestiones relacionadas con la planificación turística, la distribución desigual de los beneficios resultantes de la actividad, la naturaleza cambiante de los destinos, el papel de comunidades étnicas minoritarias y religiosas y el rol del Gobierno.

El libro está editado por Chris Ryan, profesor de turismo en la Universidad de

Waikato (Nueva Zelanda) y editor de las revistas *Tourism Management* y *Tourism Management Perspectives*, y por Songshan (Sam) Huang, profesor de la Universidad de Australia Meridional especializado en el turismo chino. Nos encontramos ante una recopilación de 19 artículos escritos por 22 académicos chinos. El contenido se ha estructurado en tres partes: 1) experiencias de desarrollo turístico, 2) implementación de políticas y evolución de los destinos y 3) planificación. Los resultados se asientan sobre una investigación empírica, en la mayoría de los casos, desde una óptica cualitativa. Mediante técnicas de naturaleza etnográfica ha habido un trabajo notable de describir e interpretar experiencias del turismo en localidades concretas.

En la primera parte, Zhou y Jiang se centran en los temas relativos al turismo en áreas rurales de lugares montañosos de China. Los pueblos de montaña constituyen el 69% del territorio de China, están más aislados, preservan un modo de vida más tradicional y suelen disponer de un escenario natural único. Los autores consideran que la falta de capital económico y social dificulta un desarrollo endógeno del turismo, y señalan la importancia de crear un modelo turístico dirigido por la propia comunidad. Bao y Zuo discuten sobre el oportunismo institucional al invertir en turismo. Estos autores señalan los riesgos de que el desarrollo de una región se realice mediante capital externo, pues provoca relaciones de poder desiguales y sitúa a los residentes a merced de las empresas y los grupos de inversión. La desprotección se acentúa en un país con una economía en transición y con déficits importantes en materia legislativa. Li, Wang y Ryan describen un caso de estudio que

ejemplifica las cuestiones anteriores. Qiyunshan es una pequeña comunidad de un área montañosa del este de China que se ha desarrollado como destino turístico entre 2010 y 2012. Se ha construido una nueva carretera y un complejo turístico edificado con capital externo. Como consecuencia de ello, en tres años, muchos residentes han perdido su medio de subsistencia y a menudo han tenido que emigrar, mientras que los beneficios del turismo son para inversores de fuera de la región. Yong analiza el uso de los festivales y los eventos en el turismo chino, fenómenos que han aparecido con fuerza en las tres últimas décadas. El autor considera que conviene entender el evento como una atracción turística a largo término y no únicamente como un elemento capaz de crear una imagen concreta del lugar.

En la segunda parte destaca la aportación de Wang y Ap, que identifican los factores que conducen a la implementación de políticas turísticas a escala local. Los autores examinan el caso de Lijiang, un núcleo urbano histórico en la provincia de Yunnan, donde se ha logrado aplicar un impuesto destinado a preservar la ancestral ciudad histórica del casco viejo. Por su parte, Yang y Sun intentan construir un marco teórico sobre la evolución de los destinos turísticos y buscan alcanzar un camino que favorezca un desarrollo sostenible a partir de las aportaciones de Butler (1980). En el siguiente capítulo, Yang busca casos concretos para plasmar la evolución de los destinos y los factores que motivan la frecuentación. El autor ilustra los cambios producidos desde que el Gobierno implementara el sistema de vacaciones oficiales en 1999. Huang, Ryan y Yang analizan la naturaleza y los roles de la Administración local. El rápido desarrollo del turismo ha requerido unos cambios específicos en la Administración pública, con reformas que indican el traspaso de competencias del Gobierno central. En los destinos se generan políticas locales que demuestran

lo que los autores describen como una transición del sistema de Administración central. Zhou y Ryan, en el último capítulo de esta parte, evalúan la opinión de los residentes acerca de las políticas de la industria de los grandes eventos turísticos en Hang Zhou, como parte de la promoción turística de la región, y se centran en los impactos resultantes de la turistificación de la ciudad.

La tercera parte de la publicación se centra en la importancia de la planificación, que puede ser vista como un elemento capaz de conducir hacia la sostenibilidad social, ambiental y económica. Hu explora las relaciones espaciales entre los núcleos turísticos y sus áreas periféricas. Se consideran y diferencian tres situaciones periféricas básicas que conlleven una planificación diferente: un área patrimonial protegida, que debe ser preservada, donde se sitúa la atracción; una zona de transición en la periferia; y un área de influencia turística. A continuación, Wong y Ryan se centran en cómo una planificación correcta podría reducir los impactos del turismo religioso en Putuoshan, una localidad que alberga uno de los mayores monasterios budistas del país y que forma parte del patrimonio histórico y cultural chino. En el año 2012, Putuoshan recibió seis millones de visitantes, lo que respondió a la promoción oficial del turismo cultural y patrimonial. Los autores consideran que hay implicaciones y cuestiones de planificación específicas para este tipo de destinos. Wen examina el rol de los lugares icónicos de una forma más general. El autor señala los atributos clave de un espacio icónico y los elementos que generan los mecanismos de atracción y consolidación de este tipo de destinos. Ai, Song y Ryan profundizan en el caso de los *hutongs* de Pequín. Los *hutongs* son los callejones del casco antiguo de la capital china, lugar donde la vida de los residentes se entremezcla con la de los turistas que visitan la ciudad antigua, cada vez más tematizada. Los autores indagan

los impactos del turismo en las percepciones de los residentes. Ryan y Huang, en el último capítulo, presentan un estado de la cuestión de la investigación sobre turismo en China, y comienzan por definir en qué consiste la investigación sobre el turismo chino y algunos focos de atención. Los autores consideran que existe suficiente producción científica para intentar plasmar algunos de los cambios sin precedentes que están ocurriendo en China, tanto en el ámbito económico como en el sociocultural.

Debido al contenido ecléctico del libro, el capítulo inicial y el primer capítulo de cada bloque están redactados por los editores e integran las investigaciones en un marco general. Además, al final se incluye un índice temático que facilita usar la publicación como elemento de consulta puntual. Con todo, se describe el turismo como un elemento de crecimiento y un componente importante de la economía nacional. El Gobierno ha alentado el turismo internacional y el doméstico mediante inversión pública para infraestructuras y servicios en los destinos. Al mismo tiempo, se han privatizado bienes, como hoteles, con la voluntad de mejorar instalaciones previas y adaptarlos a estándares internacionales. En este proceso se ha reconocido el turismo doméstico como un elemento generador de desarrollo local y también como una recompensa por los sacrificios y el trabajo duro de la población. Como señalan los editores, para muchos chinos, viajar y conocer su propio país forma parte de la tan deseada modernización.

En definitiva, se trata de una publicación centrada en los múltiples aspectos del turismo en China, que es capaz de dibujar una imagen de los procesos y cambios que están sucediendo en el país recientemente. Debido a la variedad de autores y temas tratados, el libro ofrece un enfoque transversal ejemplar y genera una potente visión general del estado del desarrollo turístico. Además, muestra de forma acertada los procesos, retos y cuestiones derivados de la actividad turística en economías en transición y en áreas poco desarrolladas. *Tourism in China: Destinations, Planning and Experiences* es una lectura totalmente recomendada para académicos y profesionales interesados en temas relacionados con la gestión turística y también para comprender el turismo en China en la actualidad.

Referencias bibliográficas

- BUTLER, R. (1980). «The concept of tourist area cycle of evolution: Implications for the management of resources». *Canadian Geographer*, 24, 5-12.
- HALL, M. y LEW, A. (2009). *Understanding and managing tourism impacts: An integrated approach*. Oxon: Routledge.

Aureli Lojo Blesa

Universitat Autònoma de Barcelona

Departament de Geografia

aureli.lojo@gmail.com

