

Explosión del tráfico de cruceros en el Mediterráneo y su impacto en las ciudades portuarias

Pedro Antonio López Carvajal¹

*¹Laboratorio de Urbanismo y Ordenación del Territorio, Universidad de Granada- C/ Severo Ochoa
s/n, Edificio Politécnico – Granada
peeedro@ugr.es*

Abstract

Estamos en una época en la que la comercialización de la experiencia turística lleva a la exploración de nuevos productos y formas de hacer turismo. El turismo de cruceros ha sido exportado al Mare Nostrum, modificando tanto el modelo turístico como induciendo reformas en las ciudades cuyos puertos acogen, sea como base o sea como escala, a estas nuevas ciudades vacacionales que surcan los mares.

En este artículo se exploran diferentes ciudades mediterráneas en las que este nuevo fenómeno está siendo un motor de renovación urbana, de reabsorción de áreas portuarias, obsoletas en muchos casos, o de creación de nuevas infraestructuras al servicio de los cruceristas. Igualmente, el turismo influye en la ciudad, que en muchos casos está protegida por la UNESCO. Además, los cruceros suponen auténticos aluviones de visitantes, de modo que las ciudades deben hacer un esfuerzo para adaptarse a esta agresiva forma de turismo.

Las ciudades han ido apareciendo en este fenómeno en diferentes momentos de desarrollo, lo cual nos permite ver el grado de adaptación necesario para llegar a un nivel de madurez en el desarrollo de la infraestructura que sirve al tráfico de cruceros.

Key Words: puertos, cruceros, infraestructuras, turismo, Mediterráneo

Report

1. Mediterráneo: un ámbito privilegiado

Un crucero por el Mediterráneo es una experiencia ancestral, leamos si no La Odisea. Hoy asistimos a la simbología de lo mediterráneo como de lo sano, de lo alegre, de la civilización. Dieta Mediterránea, Costa Mediterránea, Cultura Mediterránea. La mitología va al cine 3D, las excavaciones arqueológicas nos enseñan trozos de nuestras ciudades tal como las fundaron los griegos. Todo esto se nos vende como positivo o incluso como lo mejor. No sólo es la identidad marcada por los acontecimientos históricos comunes a todos los pueblos de la ribera mediterránea, sino su marca.

El desarrollo del turismo en el Mediterráneo es fruto de su pasado. El redescubrimiento de éste, la vuelta a los mitos, la fetichización e iconificación que se hace de los valores históricos y culturales los atractivos turísticos que ofrece. La aparición en la literatura y el cine de sus paisajes, de su cultura y el patrimonio etnológico han sido el alimento del imaginario que trae preconcebido el actual turista medio que visita el área.

Encontramos autores que hablan de la mediterraneidad como identidad, como por ejemplo Salvador Giner o Predrag Matvejević. En su libro, el autor croata se refiere a la ribera del Mare Nostrum como un inmenso archivo y no como simple geografía. (Matvejević, 2007; Giner, 2008).

Podemos, apoyándonos en las declaraciones de la UNESCO de patrimonio de la humanidad y en autores como los citados, afirmar que las ciudades del mediterráneo son patrimonio. Son ciudades que pasan de colonia a ciudad estado y hoy a patrimonio. Son ciudades con una fuerte identidad, tradiciones ancestrales: el Palio de Siena o las Fallas de Valencia son ejemplos de eventos que van más allá de la fiesta. Y es que las fiestas hacen ciudadanía porque el ciudadano se ve reflejado en ellas. El sentimiento de pertenencia a un grupo, barrio o familia es muy importante en la cultura mediterránea. (Giner, 2008).

De las rutas comerciales, los puertos nacen del contacto del mar con la tierra. Del inicio del sendero que entra en busca de mercancías, de víveres, nacen las ciudades-puerto. Desde su nacimiento, muchas ciudades mediterráneas se vuelcan al comercio. Es más importante su foreland, en donde comercian con materias primas, especias y manufacturas que su hinterland, de donde obtienen alimento y materias primas, pero no se abren al comercio interior. Las rutas interiores son rutas mineras, del trigo, del aceite o el vino, no son rutas comerciales. Pueblos del mar, como los fenicios, surcan el mar en la antigüedad, abriendo rutas y buscando refugios. Y es en esa búsqueda de refugios, de lugares ocultos desde el mar y desde la tierra donde estos contactos de vías marinas y caminos terrestres dan lugar a las actuales ciudades portuarias. (Aricò, 2001)

Como ya sabemos, el descubrimiento de América deja el comercio Mediterráneo en un segundo plano, entrando en decadencia. Y aun empeorará su situación tras la Revolución Industrial debido a su situación periférica.

Cada una de las ciudades que tratamos tiene un poso histórico y cultural. Pasear por las calles de Málaga, Nápoles, Beirut o Túnez no representa a grandes rasgos una diferencia sustancial. Es en el detalle, en lo pintoresco de las ciudades donde está la diferencia.

Encontramos en cualquier atlas o libro de texto la definición de Clima Mediterráneo. La estacionalidad ha determinado la navegación hasta la aparición de los barcos con motor. La historia de la navegación es casi paralela a la historia de los navegantes mediterráneos hasta el

descubrimiento de América. La superación técnica doméstica al mar con el paso de los siglos (Chic, 2009).

Los paisajes encuentran variaciones de tipo socioeconómico o religioso. Es en el paisaje antropizado donde se encuentran las diferencias entre las orillas de cada nación. Y aún esto es discutible. Encontramos mezquitas otomanas de inspiración bizantina en Egipto o alminares mozárabes en España, por no saltarnos la obviedad de las ruinas griegas o romanas salpicadas como cuentas de un rosario en todo el perímetro mediterráneo.

2. La explosión del turismo de cruceros

El turismo es un fenómeno que aparece a principios del siglo XIX refiriéndose a la costumbre de los jóvenes aristócratas británicos que se tomaban tres años para viajar y conocer la Europa continental. Era el denominado tour, donde se completaba su formación cultural y se preparaban para su vida laboral. Con la aparición del ferrocarril se hace accesible el viaje para las clases medias y también la clase obrera. Nace así el turismo de masas, siendo las excursiones desde las ciudades interiores de Gran Bretaña a la costa los fines de semana su primera expresión. (Krotz, 1996). Los primeros antecedentes históricos de la industria del crucero datan de 1845, si bien estaba orientado a una élite de privilegiados de altísimo poder económico. (Murias, 2002).

En el marco actual de economía global del turismo lo que se vende es la experiencia. Y la experiencia deja tras de sí los recuerdos. En la naciente economía de la experiencia, las empresas deben tener en cuenta que fabrican memoria, no bienes (Pine y Gilmore, 1999). Las empresas de turismo hoy ofrecen experiencias completas, en entornos escenográficos: ciudades, poblados de vacaciones en las que la experiencia es mediata y preconcebida, en entornos artificiales y seguros (Rifkin, 2000). Los cruceros por el mediterráneo ofrecen la experiencia de vivir la historia a través de las ciudades en la que se engendró la civilización actual. Las culturas griegas, romana, las ciudades medievales de oriente y occidente, las modernas metrópolis mediterráneas son la materia prima del producto viaje en crucero. Tenemos así el turismo como industria, donde el crucero es el producto y las ciudades históricas con el Mare Nostrum como la materia prima.

El concepto actual de turismo de cruceros empieza a mediados de los años sesenta en Norteamérica, como un producto turístico para estadounidenses y Canadienses, realizando rutas por el Caribe. Es ya después de los años 80 cuando se desarrollará como un producto turístico para las masas. No es hasta los años 90 cuando el producto se exporta primero a las Islas Británicas y luego al Pacífico.

Un factor que ha favorecido el crecimiento del producto crucero ha sido el aumento en número y tamaño de los barcos, así como las mejoras que se van produciendo en los barcos. Cada año hay más barcos y más grandes. Y mejor servicio a bordo. Actualmente en un barco de cruceros se encuentran resueltos muchos de los problemas que nos encontramos en nuestras ciudades relativos a la mezcla y a los tiempos de uso de los diferentes espacios. Nada está dejado al azar en estas naves en las que cada milímetro cuadrado está aprovechado.

La demanda del producto se incrementó en un 50% en el periodo de 1989 a 1996 y de nuevo entre 1996 y 2000. El número de pasajeros se incrementó entre 1995 y 2006 en 2,5 veces, siendo un total de 16 millones de pasajeros en el mundo. Y se espera que el crecimiento no decaiga, llegando a 20 millones en 2011, según Datos del “European Cruise Council”.

El mercado mundial está encabezado por los EE.UU, que en 2005 representaban un 65% del total de pasajeros en el mundo. Gran Bretaña es el segundo lugar, siendo un 22% del total en 2005, lo que representó 3,2 millones de pasajeros.

Figura 1. Gráfico de la evolución del tráfico de pasajeros ingleses (en cienmiles). Fuente: ECC, 2009

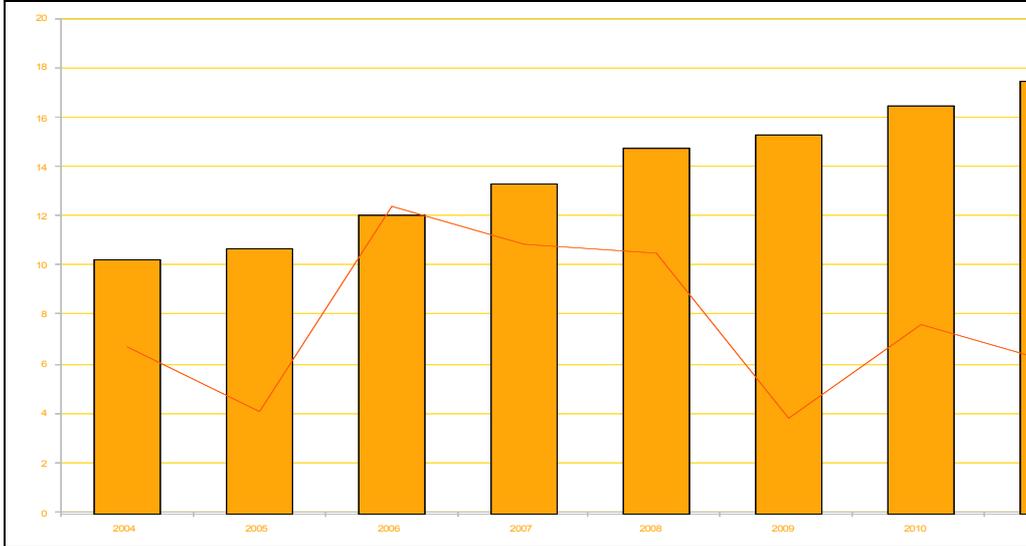
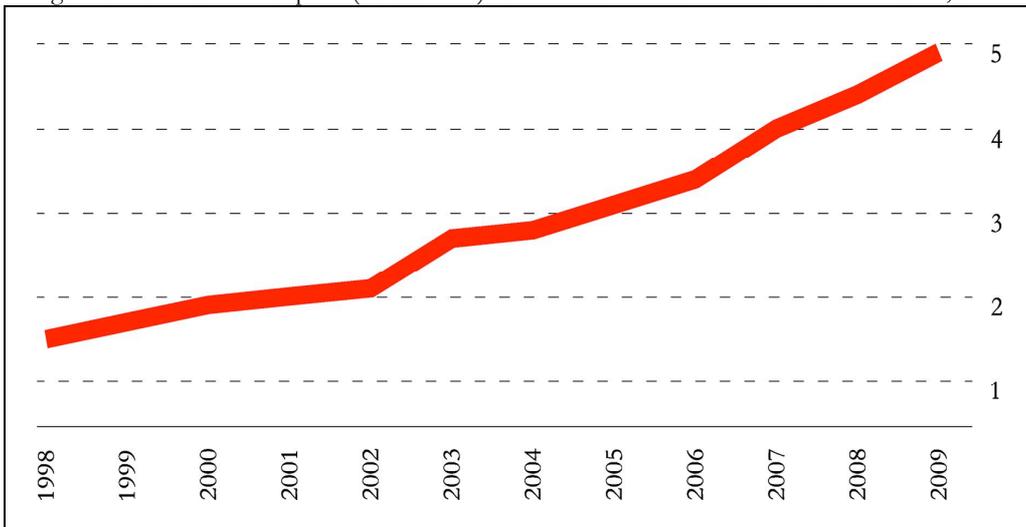


Figura 2. Cruceristas europeos (en millones). Evolución desde 1999 a 2009. Fuente ECC, 2010



Frente al crecimiento que experimenta en Europa, el mercado estadounidense sufre un estancamiento desde hace unos 10 años, lo que ha propiciado la búsqueda de nuevos productos, trasladando la atención del Mar Caribe a nuevos destinos, como la cuenca mediterránea, los mares del norte o cruceros fluviales.

Figura 3. Crecimiento interanual (%) comparado del mercado europeo (rojo) y estadounidense(azul). Fuente: ECC, 2009

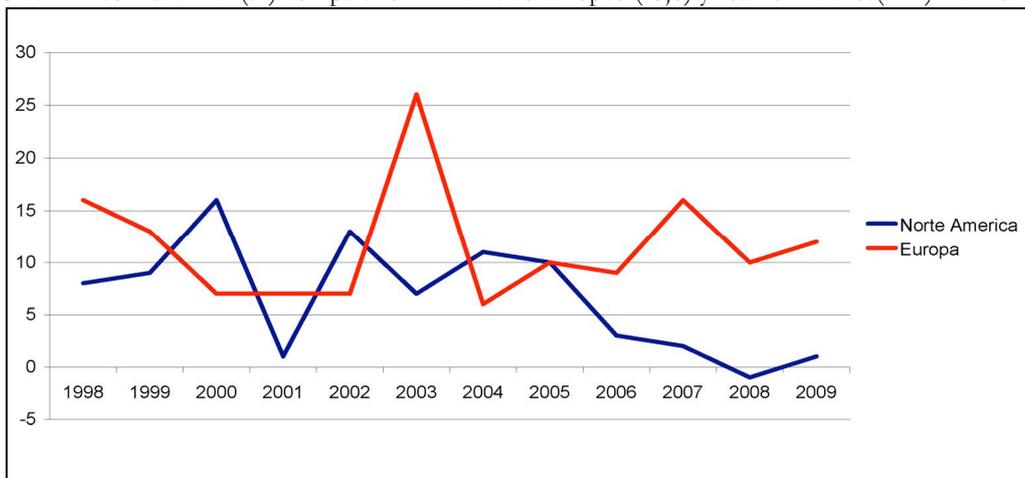
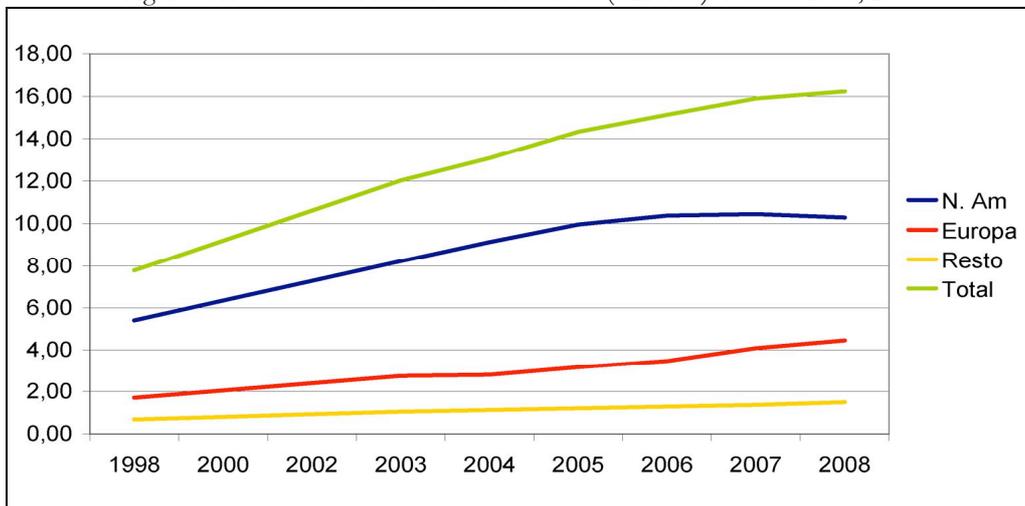


Figura 4. Evolución del número de cruceristas (millones). Fuente: ECC, 2009



Todos los puertos mediterráneos están experimentando un crecimiento en el tránsito de cruceristas. Este tránsito diferencia si un puerto es base de una ruta o es una escala dentro de ella. Serán base aquellos puertos que en la ruta son el inicio o el final de la ruta, donde llegan los cruceristas desde sus ciudades de origen, emprendiendo desde ahí la ruta elegida, o bien la última escala, desde donde hacen el viaje de vuelta a casa. Normalmente son la misma ciudad la que abre y la que cierra la ruta, pues son rutas circulares, si bien se empiezan a ver rutas en las que hay dos puertos en los que se puede empezar la ruta. También hay otras rutas en las que no son circulares, en las que coincide el puerto de partida con el de llegada.

De diferentes informes del European Cruise Council se han obtenido los datos del número de cruceristas que ha pasado entre 2006 y 2008. Para evaluar la visibilidad de los diferentes puertos a día de hoy, se han usado los catálogos de 11 navieras (Royal Caribbean, Happy Cruises, Ibero, Costa, Pullmantour, MSC, Holland America, NCL, Princes, Star Clippers y Windstar) y se han extraído de las rutas que ofertan en el Mediterráneo, el número de rutas en las que aparece cada puerto y el número de escalas que hacen en cada puerto. De estos datos, se han elaborado diferentes mapas del mediterráneo en los que se han marcado con puntos de diferentes tamaños según los datos obtenidos de los 130 puertos citados en los catálogos.

Figura 5. Evolución del número de cruceristas en puertos base del mediterráneo. Fuente EEC 2009

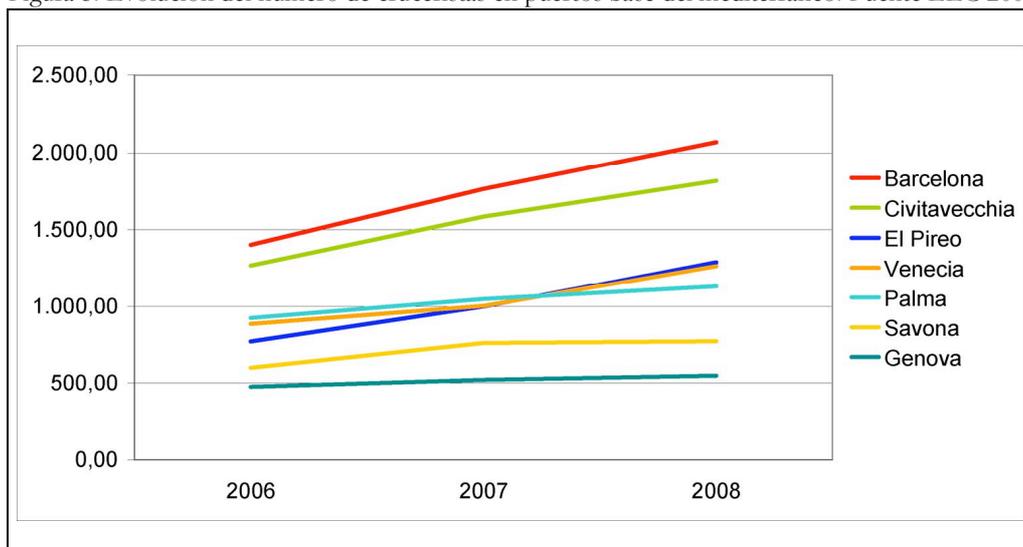
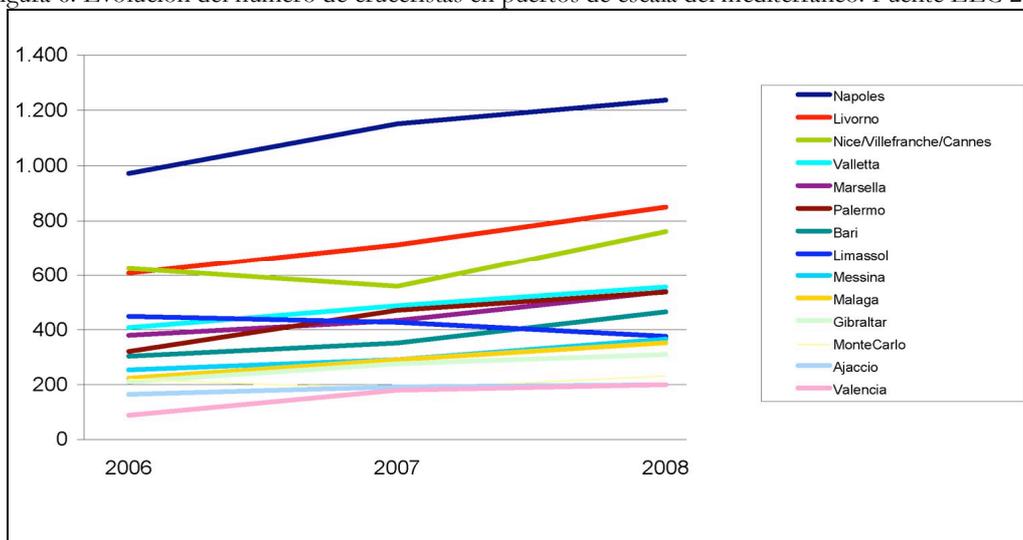
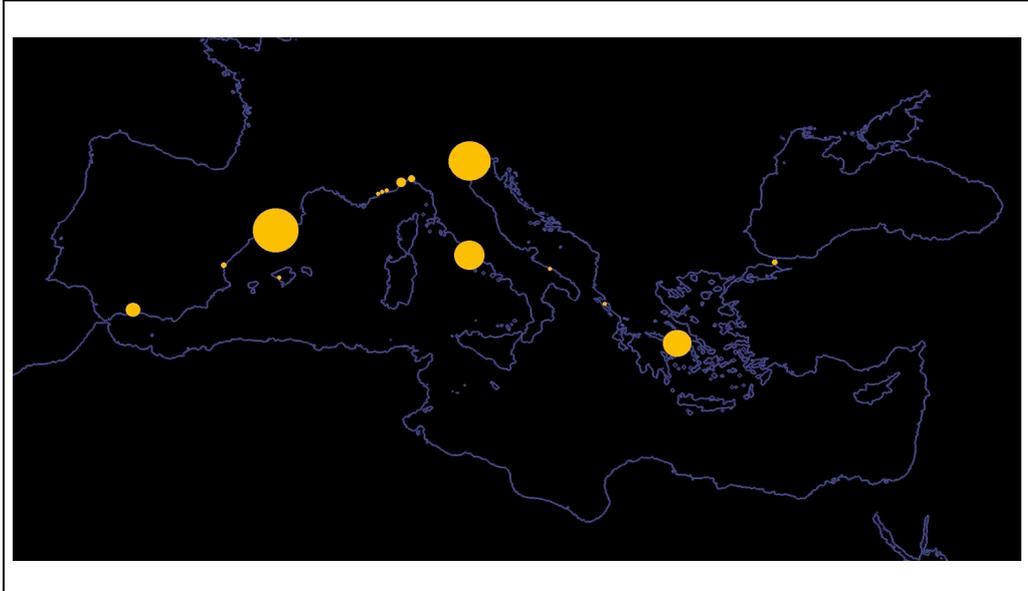


Figura 6. Evolución del número de cruceristas en puertos de escala del mediterráneo. Fuente EEC 2009



De un vistazo se ve que no hay ningun puerto base fuera de las costas eurpeas. Barcelona y Venecia concentran el 23% y el 21% respectivamente, ciudades ya consolidadas en esta industria, mientras que Málaga, de más reciente incorporación, es 5ª con el 7% de rutas controladas, por detrás de Civitavecchia (15%) y El Pireo (14%) y por delante de Genova o los puertos de la Costa Azul francesa.

Figura 7. Número de rutas en las que es puerto base. Elaboración propia



En relación a los puertos de escala, vemos como los propios puertos base son los más visibles. El norte de África prácticamente no tiene puertos de escala y ninguno de base, siendo significativos Túnez y Alejandría muy por encima del resto.

Las diferencias responden al segmento de mercado que cubre cada compañía, de modo que las navieras más exclusivas hacen menos rutas, menos repetidas y en destinos más exclusivos, como Lipari, Korcula o Tinos, mientras que otras navieras dedicadas a sectores más populares, con barcos de mayor capacidad y rutas semanales hacen muchas escalas en puertos como Santorini, Rodas o Dubrovnik, haciéndolas muy visibles, incluso más que destinos clásicos como Estambul o Niza.

Figura 8. Número de rutas en las que aparecen los puertos. Elaboración propia

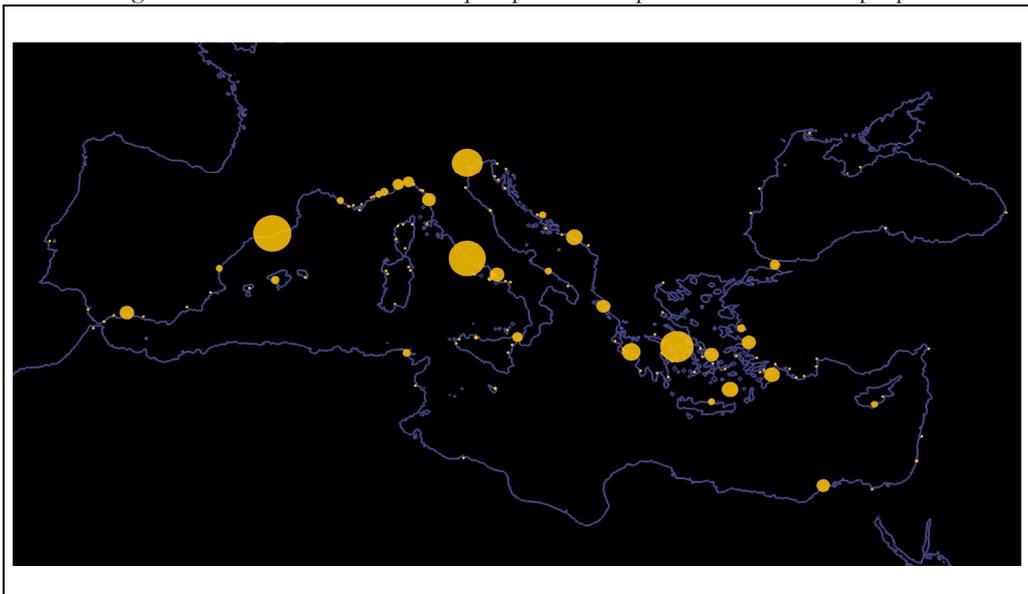
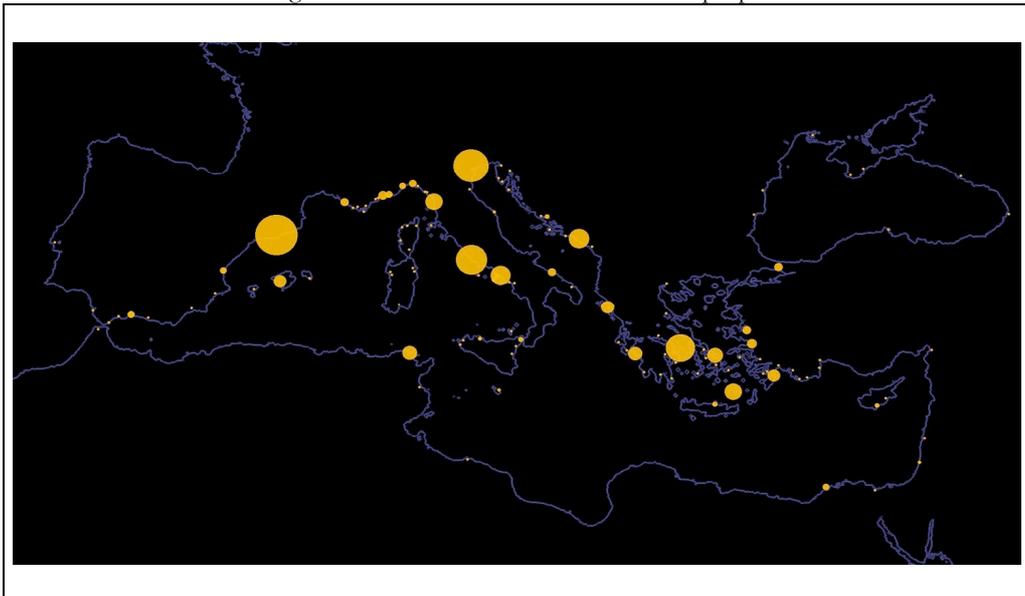


Figura 9. Número de escalas Elaboración propia



3. Ciudades, destinos e iconos

El acercamiento a una ciudad desde el mar es la forma más antigua de realizar las rutas mediterráneas como ya se ha dicho. La ciudad a la que nos acerquemos se nos presentará enmarcada entre la topografía y la lámina de agua. Su skyline, marcado por las antiguas torres de iglesias o modernos rascacielos se irá definiendo y detallando conforme nos acerquemos al muelle.

El encanto de esta aproximación reside en la velocidad. Mientras que desde un avión tenemos unos escasos diez minutos desde que divisamos la ciudad por una minúscula ventanilla a la que nos asomamos y a veces no tenemos la oportunidad porque el aeropuerto está en las afueras de la ciudad, la aproximación a la costa se realiza lentamente. El barco maniobra entrando al puerto por la bocana y buscando su muelle de amarre, pasando paralelo al frente de la ciudad una o dos veces. Los casos en los que el puerto no está junto a la ciudad histórica son más sensuales. Pasamos frente a ella cerca, admirándola, y luego ya volveremos a pie o en algún otro transporte.

Las estaciones marítimas igualmente serán un paso obligado que grabará y formará la impresión de la ciudad que se visita. Son las nuevas puertas de las ciudades al turismo, como lo fueron al viajero las estaciones de ferrocarril en el siglo XIX. Importante también será su posición respecto al centro histórico y otras infraestructuras de transporte como el aeropuerto o el ferrocarril ya que esto marcará la extensión del hinterland turístico del puerto. A menor distancia de un medio de transporte veloz de largo alcance como el tren de alta velocidad o el avión, más se extenderá el área de influencia de este puerto.

Estamos tratando un producto turístico y como tal, requiere infraestructuras específicas. En función de la disponibilidad de estas infraestructuras en la ciudad podremos ser base de un crucero o sólo una escala en la ruta.

Empezaremos hablando de las ciudades que son base de cruceros. Las necesidades para poder acoger el inicio de una ruta dependen del número de viajeros. Pero normalmente, el mínimo es entorno a mil, llegando en casos puntuales a los 3.500. Los grandes puertos como Barcelona pueden albergar varios de estos barcos al mismo tiempo, lo que multiplica el número de

viajeros. Toda esta gente debe llegar a la ciudad desde cualquier parte de mundo. Se hace absolutamente necesario un aeropuerto y una estación de tren conectada a redes internacionales, como los de alta velocidad.

El equipamiento hotelero de la ciudad debe tener capacidad para absorber a la mayor parte de los turistas. La estación marítima debe estar prevista de una generosa parada de taxis, cercana a una estación de bus urbano, metro o tranvía y a poca distancia, a pie si es posible, de la estación de tren. La intermodalidad es una necesidad en una estación marítima de base de cruceros. Y la accesibilidad igualmente. La posición central con respecto a la ciudad confiere a estos puertos unas condiciones y una ubicación excelentes (Grindlay, 2008). La llegada a la ciudad y el embarque deben ser lo más eficiente posible en cuanto a distancia y tiempo.

Como toda infraestructura, los cruceros tienen una curva de desarrollo en la que la etapa inicial es muy horizontal, una fase de crecimiento, donde la pendiente aumenta y una fase de consolidación, previa a la obsolescencia. Dependiendo de en qué punto de la curva cada ciudad base ha entrado en los circuitos turísticos necesitará un mayor esfuerzo. Ciudades que entraron a principios de los 90 como puertos base necesitaron menores esfuerzos y partieron de situaciones más favorables (Castejón, 2000)

Eran puertos con tradición en el tráfico de pasajeros, de trasatlántico, a islas cercanas, etc. Tenían buenas condiciones técnicas y su posición en la ciudad era central. En muchos casos han sufrido la renovación de áreas industriales obsoletas, con muelles, silos, almacenes... Estas además eran ciudades con carácter y equipamiento turístico y cultural (paisajes naturales, museos, parque temáticos) y en las que se llevaron a cabo eventos que renuevan la ciudad, como olimpiadas, capitalidad cultural, exposiciones universales, traslado de áreas portuarias industriales. También era importante la disposición y cercanía de otras infraestructuras: alta velocidad y aeropuerto.

Respecto a la situación geográfica, lo importante era la distancia a puertos de escala (una noche de navegación) y su situación en el mediterráneo para orientarse a una u otras rutas. La oferta en su hinterland también es un factor vital, ya que antes y después del crucero, los cruceristas pueden pasar unos días en el entorno de la ciudad, y mayor sea el área geográfica que sirve de apoyo turísticamente a la ciudad, mayor será el número de cruceristas que prolonguen la estancia.

Por último, la situación política y social de la zona influye en la elección de estos puertos, ya que se evitan zonas en guerras civiles, conflictos internacionales, terrorismo o ciudades de una manifiesta inseguridad ciudadana.

Barcelona, Venecia y El Pireo son los ejemplos más claros de estas ciudades, si bien en el puerto griego las olimpiadas llegaron mucho más tarde. Como ejemplo de ciudad que estaría en una etapa intermedia tenemos Málaga, ciudad que a finales de los 90 empezó a aparecer en el panorama crucerístico y aún hoy no ha completado su proyecto de cualificación del puerto ni sus estaciones marítimas, a pesar de ser la 5ª ciudad en mayor número de rutas como base de la estudiadas.

El retraso se traduce en ir por detrás de la industria naval en la mayor parte de los casos, ya que los barcos crecen cada año y si el puerto no parte de buenas condiciones técnicas de calado y longitud de los atraques, pronto queda obsoleto. Este crecimiento también influye en las estaciones marítimas y su equipamiento para procesar equipajes y el flujo de pasajeros. Actualmente en la segunda terminal del puerto de Málaga se están implementando instalaciones del tipo aeroportuario para procesar los equipajes.

En las ciudades que son escala de las rutas no es tan importante el puerto, que puede no existir, como la oferta de la ciudad y su hinterland. También está el caso del puerto sin ciudad, como

podrían ser casos extremos El Pireo, Civitavecchia o Motril, que sirven a ciudades interiores como Atenas, Roma o Granada.

Los centros más pequeños se ven colapsados por cruceristas en las fechas de máxima afluencia, lo que hace necesario para su evolución puntos de interés fuera de la ciudad descargan a ésta. Ello implica que en la ciudad la dotación de infraestructuras debe estar proporcionada/adecuada al número de cruceristas más que al de habitantes. En casos, como Motril, se hacen necesarias operaciones de traslado de las estaciones marítimas obsoletas y mejora de las conexiones con el centro de la ciudad y las estaciones de tren y autobús. Siempre la estrategia a seguir es la mejora de la movilidad para evitar la saturación en las calles y la sensación de masa.

En todos los casos, las ciudades implicadas en esta nueva industria han llevado a cabo operaciones de mejora de los frentes marinos y una puesta en valor del patrimonio de la ciudad. En casos ha sido incluso necesaria la invención, restauración o reinterpretación del patrimonio artístico y arquitectónico adaptado al mercado turístico actual que busca esas imágenes preconcebidas, así como indicar itinerarios por la ciudad que muestren lo mínimo exigible a una experiencia de ciudad mediterránea. Se establece así un equilibrio difícil entre conservación patrimonial y explotación turística.

Bibliografía

- Aricò, N., “*Appunti per una genealogia della città mediterranea*” en *Le Città del Mediterraneo*, Kappa, Roma, 2002
- Castejón, R. M^a; Charlier, J., *El Renacer de los cruceros: la mundialización de los negocios turísticos y...* Fundación portuaria Santander, Santander, 2000
- Chic, G., *El comercio y el Mediterráneo en la antigüedad*, Aka, Madrid, 2009
- Giner, S., *Civilización*, Revista Española de Sociología N 9, 2008
- Grinlay, A.L., *Puerto y ciudad en Andalucía Oriental*, UGR, Granada, 2008
- Krotz, L., *Tourists: how our fastest growing industry is changing the world*, Faber and Faber, 1996.
- Matvejević, P., *Breviario mediterráneo*, Destino, Barcelona, 2008
- Murias, R., *La industria de crucero en el siglo XXI, implicación en los puertos españoles y perspectivas de futuro*, Barcelona, 2002
- Pine, B., Gilmore, J., *The experience economy: work is theatre & every business a stage*, Harvard Business Press, 1999
- Rifkin, J., *La era del acceso: la revolución de la nueva economía*, Paidós, Barcelona, 2000