

LA TRANSFORMACIÓN DE UNA CIUDAD TURÍSTICA HISTÓRICA: EL CASO DE NARA (JAPÓN)

Masanori Hatanaka

Departamento de Geografía, Universidad de Oviedo/
Escuela de Graduados de Humanidades y Medioambiente, Universidad de Kioto, Japón.

1. INTRODUCCIÓN.

1.1. Objetivo del estudio.

Hasta hace poco, el estudio de la ciudad turística no ha sido abordado ni por la geografía ni por otras disciplinas (ASHWORTH & TUNBRIDGE 1990, PAGE 1995) y aunque recientemente han sido realizados varios estudios sobre este tema (MARCHENA 1998, TROITIÑO 2002), es necesaria más investigación y un estudio comparativo en el ámbito internacional. Esta ponencia intenta contribuir a este tema a través del tratamiento de una ciudad turística histórica en Japón: Nara.

Primeramente, analizamos el cambio de actividades turísticas japonesas en el ámbito nacional y sus efectos en el ámbito local en Nara. En segundo lugar, repasamos los distintos tipos de acciones por agentes locales en Nara, con lo cual aclaramos un aspecto de la transformación de esta ciudad debida a la crisis del modelo tradicional del turismo.

1.2. Descripción del objeto.

Nara está en la región *Kansai*, en el centro de *Honshyu* (Isla principal.) Fue fundada como capital japonesa (*Heijyo kyo*) en el siglo VIII, con una planificación urbanística rectangular. La capital fue trasladada a finales de ese mismo siglo, con lo que la mayoría del territorio urbano se abandonó y acabó teniendo un uso rústico. Pero el ensanche oriental ha seguido funcionando como ciudad religiosa gracias a la existencia de grandes templos budistas y monasterios sintoístas. Este territorio ha llegado a nuestros días como la base del casco antiguo de Nara¹. A partir del siglo XVIII, aumenta la llegada de peregrinos a esta ciudad, lo que la convierte ya desde ese momento en el importante centro turístico que es en la actualidad. Como consecuencia, Nara ha incrementado su población y territorio tanto por expansión como por la absorción de los municipios colindantes. Posee un territorio de 221,60 Km², con más de 300.000 habitantes.

Además, Nara es una de las pocas ciudades japonesas que no resultó afectada por el desastre de la guerra mundial. Por esta razón, posee abundantes templos y monasterios históricos así como variado patrimonio. Estas peculiares características de su evolución histórica, junto con la conservación de las tradicionales, han influido en las actividades turísticas de Nara, que concentra las visitas a edificios religiosos del budismo y

¹ Se entiende como casco antiguo de Nara el espacio urbano existente a finales del siglo XIX, momento en que se constituye como municipio.

sintoísmo, así como al resto de su patrimonio histórico. Centramos el estudio principalmente en el casco histórico de Nara, dada su importancia desde el punto de vista turístico e histórico.

2. EL CAMBIO DE ACTIVIDADES TURÍSTICAS A NIVEL NACIONAL Y SUS EFECTOS A NIVEL LOCAL.

2.1. Modernización y cambio del turismo en Japón.

Antiguamente, en Japón todos los desplazamientos tenían motivaciones de tipo religioso, comercial o por otras obligaciones (familiares, etc.), no pudiendo ser considerados como turismo en el sentido actual, sino como viajes. En la época de la era Edo comienzan a proliferar los viajes por motivos de ocio derivados de obligaciones religiosas y causados por la larga estabilidad del régimen feudal y la mejora del nivel de vida (KATO 1969.)

El término "turismo" es introducido a finales del siglo XIX a causa de la caída del régimen feudal y de la modernización a través de la introducción de conceptos y costumbres occidentales. El turismo es fomentado por el gobierno japonés por el beneficio económico que supone. Aunque se han liberalizado las limitaciones de desplazamiento existentes en el régimen anterior, el turismo era en aquellos momentos una práctica de lujo, ajena a la mayoría de los ciudadanos japoneses.

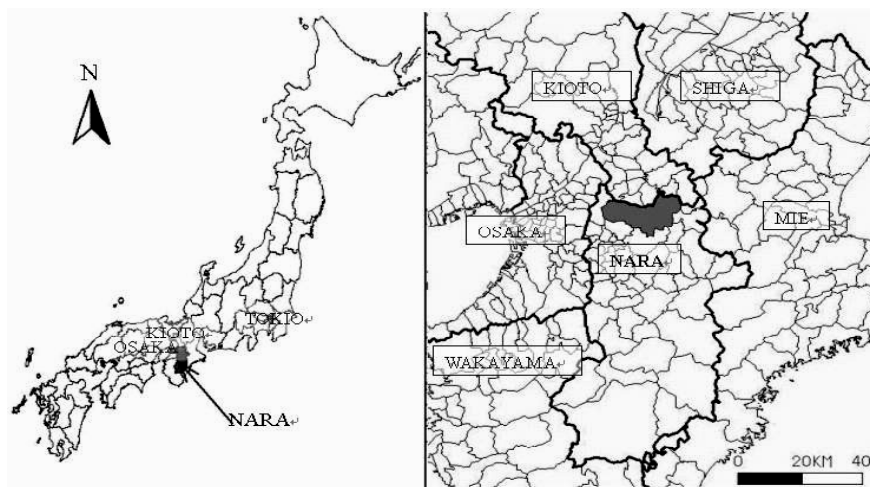


Figura 1. Objeto de Estudio.

La ampliación de la red ferroviaria y la subida del nivel de vida favorecieron la expansión del turismo. El gobierno potenciaba asimismo esta tendencia para el entrenamiento de estudiantes y ciudadanos en un sentimiento nacionalista, quizá como preparación psicológica y moral ante la Segunda Guerra Mundial, entre los años 1930

y 1940, dado el especial significado que en la mitología japonesa se le atribuye a esta ciudad, como cuna de la nación (TAKAOKA 1993.)

Japón comienza a recuperarse de las consecuencias de la derrota en la Segunda Guerra Mundial a partir de 1950, comenzando su despegue económico en 1960. La subida del nivel de vida, las mejoras en la infraestructura de transportes y turismo, así como las campañas de promoción turística realizadas tanto por el gobierno japonés, como por las empresas de transporte y turismo, provocaron el incremento masivo y la popularización de esta actividad en Japón con unas motivaciones muy similares a las de principios de siglo XX, es decir, en la mayoría de los casos se trata de actividades de grupos escolares², de cofradías agrícolas o de empresas (SHIRAHATA 1996.)

A partir de 1980 aumenta la cifra de viajes al extranjero realizados por japoneses (Figura 2.).

Simultáneamente se produce una diversificación de las actividades turísticas que tiene como consecuencia el incremento de la tendencia a viajar por cuenta propia en detrimento del viaje de grupo programado. Aquí comienza el cambio cualitativo del turismo con el auge de un turismo más activo.

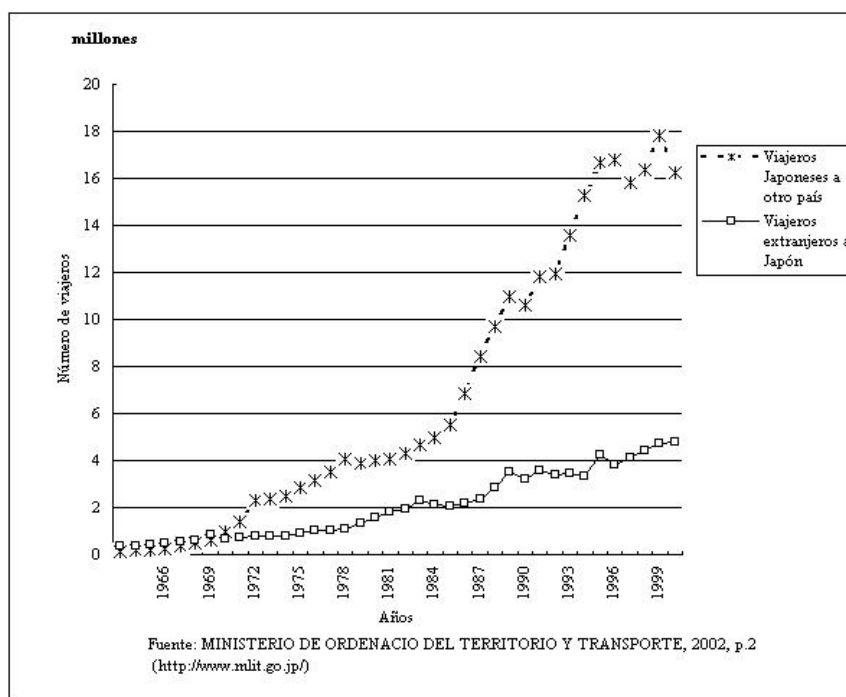


Figura 2. Número de viajeros internacionales (1964-2001).

² “Viajes de escolares” se conocen por el nombre de *Shyugaku ryokou* en japonés. Se realizan al final de los periodos de primera, segunda y tercera enseñanza. Se importó este concepto desde Alemania a finales del siglo XIX. Las características que los diferencian son su disciplina y el carácter del itinerario, en su mayor parte controlado por varios maestros del propio centro educativo.

Con la bonanza económica de la segunda mitad de la década de los 80, el desarrollo turístico se amplía y esto revierte en la creación de grandes planes turísticos en todo el territorio japonés (RIMMER 1992.) Al terminar este periodo de prosperidad la mayor parte de estos planes quedaron estancados.

La persistencia de esta desfavorable situación económica afectó a la tendencia del turismo japonés porque se preferían los destinos más próximos, económicos y de menor duración. Esto provoca el desarrollo de nuevas iniciativas turísticas de carácter endógeno

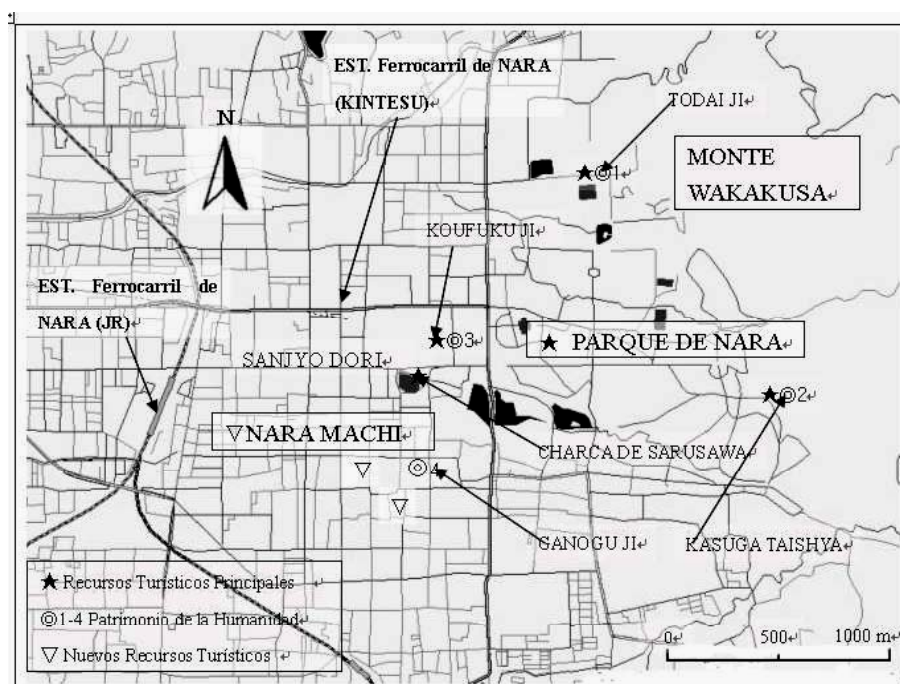


Figura 3. Casco histórico de Nara.

Fuente: Elaboración propia.

que difiere del modelo tradicional de promoción estatal y de grandes empresas.

2.2. Los efectos a nivel local (Nara).

Nara es una ciudad turística relevante desde siglo XVIII comparable a Osaka o Kioto en aquel momento. Los principales recursos turísticos son sus grandes templos y monasterios (*Todai ji*, *Kasuga taisha* y *Koufuku ji*), así como los paisajes pintorescos con sus propios mitos y leyendas (Figura 3).



Figura 4. Nara Meishou Annaizu (Mapa de lugares pintorescos en Nara, año 1930).
Fuente: Biblioteca provincial de Nara (<http://www.library.pref.nara.jp/>).

A finales del siglo XIX, como consecuencia de la paralización de las actividades religiosas en los grandes templos por las reformas de modernización, Nara sufre un momento adverso. El ayuntamiento de Nara y los comerciantes locales intentan salir adelante con la realización de diversos proyectos³.

Desde 1920, como síntoma previo a la guerra mundial, Nara es elegida el sitio prioritario de un turismo cuyo fin es el entrenamiento y reforzamiento del cuerpo de los estudiantes y adultos, así como del fomento del sentimiento patriótico, al ser considerada como el santuario de la fundación del país japonés, lo que produce un crecimiento espectacular de los turistas (Figura 5.).

Nara disfruta de su fama de ciudad turística y cultural ya desde antes de la guerra y comienza a recibir grandes cantidades de viajeros en grupo desde 1960. La escasa competencia y la relativa lentitud de los medios de transporte obligan a pernoctar en el centro de Nara, asegurando su competitividad y sus ingresos turísticos.

Pero los avances del desarrollo turístico y la proliferación de viajes fuera de Japón comienzan a amenazar su situación privilegiada. La administración del sector

³ Son exposiciones locales, solicitud y realización del Parque de Nara y conexión de la ciudad con la red ferroviaria nacional. La llegada del ferrocarril tiene cierto sentido, puesto que supone su conexión con grandes ciudades como Osaka o Kioto y esto contribuye a la futura expansión del turismo en Nara.

turístico de Nara reacciona lentamente y pierden ciertos clientes. Comienza la caída del número de grupos escolares a partir de 1980⁴ y las cifras del resto de grupos comienzan a bajar a partir de 1989. Se observa una ligera recuperación del turismo en Nara, pero la situación sigue crítica⁵ (Figura 6.).

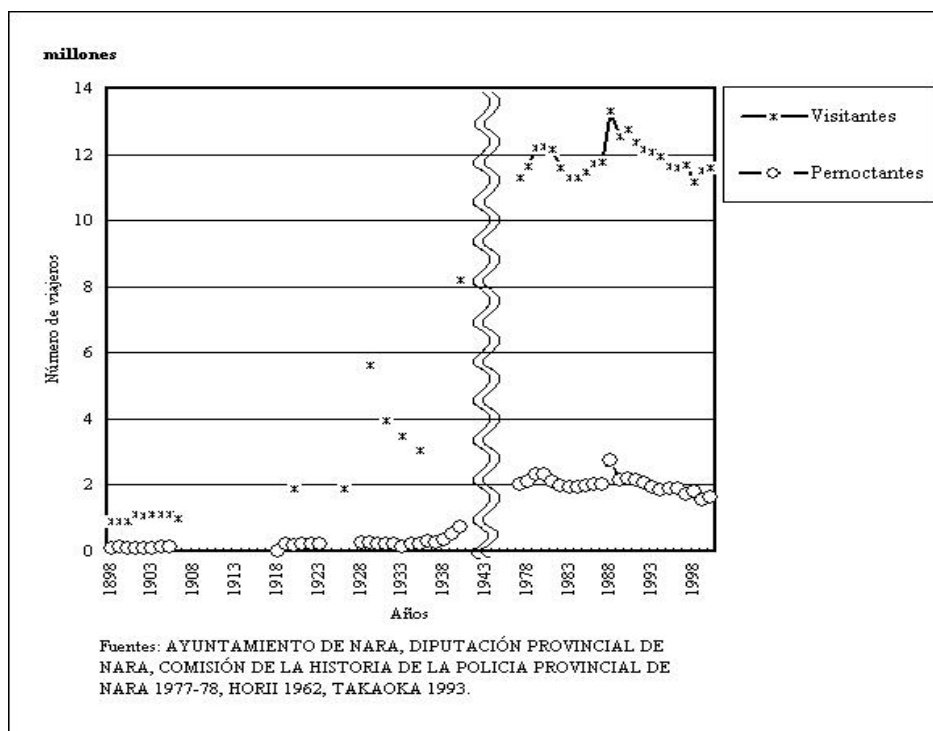


Figura 5. Actividades Turísticas en Nara (1898-2000).

3. LA CRISIS DE NARA Y DOS TIPOS DE RESPUESTAS.

3.1. Las respuestas de los agentes locales ante la crisis y su limitación.

3.1.1. Los agentes locales.

Hablamos de la Diputación Provincial de Nara y el Ayuntamiento de Nara que se encargan de la promoción turística de dicha ciudad. Además de la mejora de la infraestructura turística, comenzaron campañas turísticas en la temporada baja de la década de los 80. Ante la patente crisis de finales de los 80, se inicia un nuevo lanzamiento con la fundación de la Oficina de Congresos en Nara y la celebración de

4 La disminución de viajes escolares viene dada no sólo por la competencia entre destinos turísticos sino también por la caída del número de los alumnos a causa de la baja natalidad.

5 El porcentaje de pernoctantes dentro del total de viajeros en Nara oscila entre el 10 % en extranjeros y el 17 % en viajes escolares. No se aprecia un cambio notable través de los años.

grandes ferias⁶. También aprovechan la recuperación de la puerta principal de la antigua capital *Heijyo kyo* (1998) y la declaración de la ciudad como Patrimonio de la Humanidad (1999.) Sin embargo, los esfuerzos no cristalizan bien y la crisis continúa. Las respuestas administrativas se concentran en la promoción turística⁷.

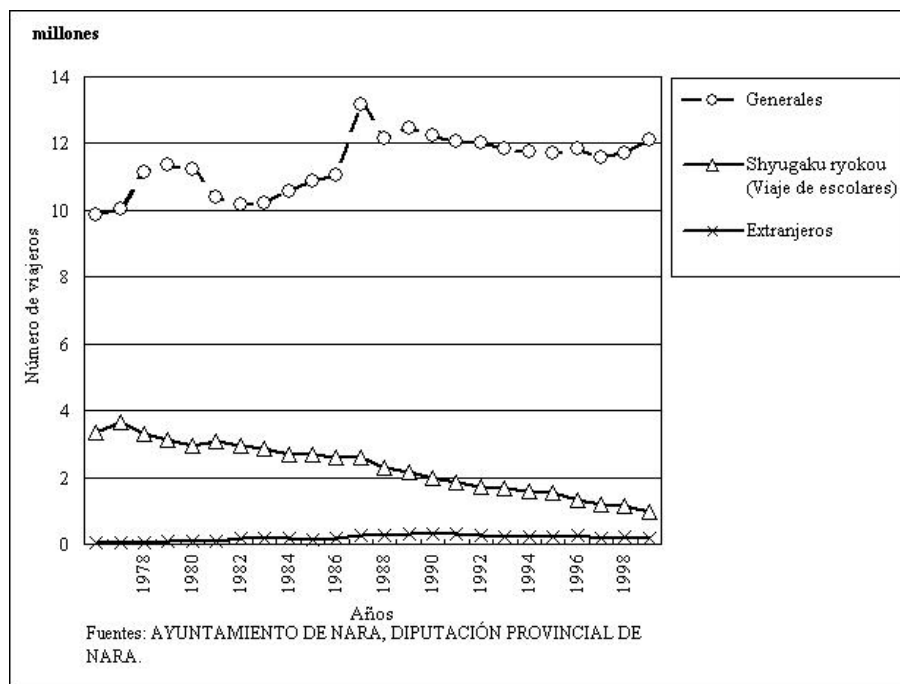


Figura 6. Los componentes de visitantes y turistas en Nara (1977-2000).

Respecto a los sectores de hostelería y de comercio de recuerdos y productos locales, tenemos que decir los hosteleros han de enfrentarse a una situación muy distinta a la de hace una década. Nara pierde algunos privilegios con los que contaba, no siendo los turistas tan fieles a ella como antes. Este sector apoya y colabora con la política turística administrativa pero dentro de este mundo los empresarios jóvenes demandan unas medidas más progresistas. Por otro lado, los hoteles situados en el corazón del casco antiguo se enfrentan a un problema de restricción urbanística muy severa.

Los comerciantes dedicados al turismo también tienen dificultades por las pérdidas en sus ingresos económicos y además con la tendencia conservadora, no pueden

6 Son la exposición del Camino de la Seda (1988), Pregón de La Exposición Universal de Arquitectura (1992 y 1995. Se canceló la exposición después de dos pregones).

7 Nara fue declarada ciudad turística internacional en 1950 y este esquema continúa vigente, pero sólo funciona a nivel de formulación de los planes y nunca como un instrumento efectivo en la ordenación territorial del turismo.

salir adelante⁸. La calle *Sanjyo dori*, el eje principal del flujo turístico entre la Estación de Ferrocarril Nacional (ahora JR) y *Todai ji* o Parque de Nara, estaba lleno de sitios de hospedaje y tiendas de recuerdos desde principio de siglo XX hasta hace unas décadas. Pero la crisis afectó claramente a este sector y varios locales han sido reconvertidos en tiendas de comida o han dejado sus negocios (Figura 7.).



Figura 7. Paisaje urbano de *Sanjyo dori*.

3.1.2. El límite externo.

Los métodos administrativos no han obtenido su fruto hasta épocas recientes. Podemos entenderlo como el agotamiento de un modelo turístico clásico⁹ y la falta de inventiva para crear nuevos recursos turísticos con diferentes modelos.

Por otro lado, podemos añadir otra razón de esta crisis: los operadores de viajes aumentan su capacidad de control de las actividades turísticas en Nara sobre viajes de grupo y presionan y explotan a los empresarios locales del sector turístico¹⁰. Este hecho se ha venido incrementando desde 1960 obligando a algunas comerciantes turísticas a abandonar su negocio hacia el final de la década de los 90 por la incertidumbre y el incremento de gastos debido a esta presión.

3.2. La creación de recursos turísticos alternativos: *Nara machi*.

Se ha creado otros atractivos turísticos en las manzanas del sur del casco antiguo de Nara llamado *Nara machi*. Este movimiento intenta hacer una reforma del medioambiente urbano lo que ha logrado aumentar los recursos turísticos con calidad distinta a los clásicos, llegando a constituir una asociación de proyección internacional.

⁸ Hay movimientos innovadores mencionados posteriormente como el comienzo de *Ashibi no sato* por algunos comerciantes y residentes.

⁹ Los contenidos principales de este modelo son las visitas a los patrimonios históricos y las culturas tradicionales. También tiene características pasivas desde el punto de vista de las iniciativas de los turistas.

¹⁰ Ha realizado este control gracias al avance de la tecnología informática. Los operadores de viajes controlan ya completamente los movimientos de los grupos de viaje desde el itinerario de la ciudad hasta los sitios de comer, descansar y comprar. Los comerciantes locales tienen que pagar las tasas a los operadores para que traigan grupos aunque no se consigan ventas favorables. Los comerciantes no pueden protestar porque causaría el desvío de clientes a otro destino turístico.

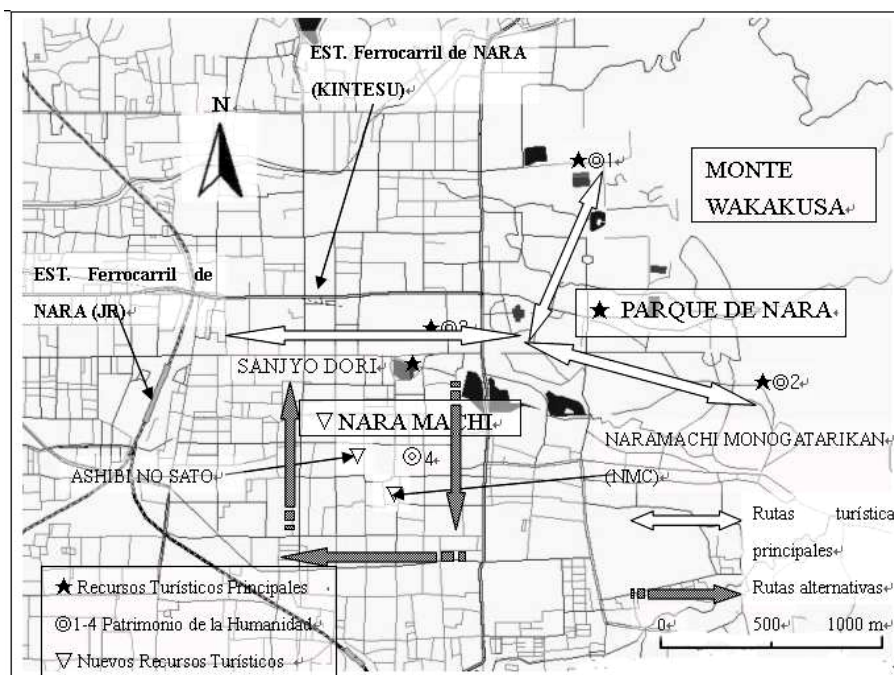


Figura 8. Los flujos de los turistas. Fuente: Elaboración propia.

Este movimiento de reforma medioambiental urbana llamado *Machi zukuri*¹¹, que hasta hace una década se desarrollaba independientemente de la política turística administrativa, trae consigo una nueva forma de turismo como efecto secundario.

3.2.1. Protagonista del renacimiento de *Nara machi*: Centro de *Machi zukuri* de Nara.

El Centro de *Machi zukuri* de Nara (NMC) es una organización sin ánimo de lucro que se funda en 1979 y trabaja en la conservación y recreación del paisaje histórico de la ciudad (Figura 8.).

Su trabajo tiene la base en el sur del casco antiguo de Nara¹² (Figura 9.). Fundó *Naramachi Monogatari kan* (la Casa de Cuentos de *Nara machi*) en el 1995. Este centro funciona como laboratorio del movimiento *Machi zukuri*, centro de información incluye pequeño museo de cultura y costumbres tradicionales japonesas y sitio de descanso para los turistas.

¹¹ *Machi zukuri* es el termino general del movimiento de asociación con motivo de la mejora del medioambiente urbano y rural, la conservación y recuperación del paisaje tradicional y el fomento del comercio tradicional. Se ha incrementado su número en todo el territorio japonés recientemente.

¹² NMC trabaja básicamente a escala local pero colabora con el mismo movimiento en otra provincia o en el extranjero. Su trabajo se centra en el estudio y el planteamiento de la política local. Funciona con recursos económicos de donación privada y subvenciones de estudio. Su actividad se ha mantenido con la participación de expertos, científicos, vecinos y estudiantes.

Las administraciones no tenían intención de colaborar con NMC pero tuvieron que cambiar su postura ante el crecimiento de seguidores de NMC y la calidad de los estudios y las propuestas que realizaba. *El plan de ciudad museológica de Nara machi* (1989) por NMC¹³ fuerza al ayuntamiento a colaborar con la planificación de *Nara machi* como zona paisajísticamente protegida y a cambiar sus intenciones hacia la combinación de la conservación del paisaje histórico y el fomento turístico y comercial en esta zona y su aprovechamiento.



Figura 9. Paisaje urbano de un barrio de *Nara machi*.

En este sentido, *Nara machi* recupera su atractivo al mostrar la cultura tradicional. En consecuencia, el incremento del número de visitantes ha convertido esta zona en uno de los más importantes polos turísticos de Nara. Simultáneamente, está favoreciendo su ocupación por parte de artistas y comerciantes que se establecen y trabajan en esta zona; hasta hace poco estaba despoblada.

3.2.2. La instauración de la zona de tranquilidad: *Ashibi no sato*.

En 1995 se formaliza otro grupo llamado *Kurumaza* con motivo de fomentar las actividades económicas y culturales en *Nara machi*. Este grupo reforma la finca de una antigua fábrica como plaza de encuentro bajo la denominación de *Ashibi no sato* (ver Figura 8.) donde se instaura un mercado mensual. *Ashibi no sato* también tiene atractivo como ambiente tranquilo y solitario de calidad.

3.2.3. El aprovechamiento del topónimo imaginario.

Las actividades de NMC y *Kurumaza* concentran sus esfuerzos en las reformas del espacio urbano (especialmente de vivienda.) El fomento de actividades comerciales tradicionales y el redescubrimiento de la cultura tradicional han logrado ciertos éxitos con sus complejos procesos. Lo importantes son que ha sucedido un cambio de la calificación con el cambio toponímico. La zona sur del casco antiguo de Nara despoblado y atrasado ha pasado a ser una zona llamada *Nara machi* con el atractivo de la cultura tradicional y del ambiente tranquilo pero animado. Este cambio se ha realizado con iniciativas de las asociaciones sin ánimo de lucro, respaldadas por ciudadanos y la administración.

¹³ Está planteando el aprovechamiento de la casa tradicional abandonada como museo, centro cultural local.

Todas las partes estuvieron de acuerdo en aprovechar un topónimo olvidado término “*Nara machi*” para dar identidad clara a esta zona. Las coincidencias de este asunto, aunque tienen unas diferencias importantes dentro de los motivos del fomento de esta identidad imaginaria, han obtenido unos significados importantes. Por una parte, existen los grupos como asociaciones, que tienen motivaciones culturales para fomentar estos topónimos. Por otro lado, están las administraciones o comerciantes que intentan desviar los flujos turísticos hacia rutas alternativas (ver Figura 8). Las administraciones y comerciantes entienden la importancia de realizar este desvío para la ampliación de las actividades territoriales y la estancia de turistas en Nara pero no lo logran. La creación de nuevos atractivos como *Nara machi* es entendido por ellos como el punto decisivo de devolver el interés turístico a esta zona, y por esta razón han respaldado y dado reconocimiento y promoción a este topónimo.

4. A MODO DE CONCLUSIÓN.

Al contrario que las promociones turísticas administrativas, las creaciones de nuevos sitios de asociaciones han ganado ciertos visitantes. Sus modelos se basan en conceptos como la tranquilidad, comodidad o participación, que difieren del modelo clásico de turismo en Nara. Por otro lado hay que coordinar cuidadosamente la diferencia de la motivación entre la administración y las asociaciones sobre *Nara machi*.

Finalmente, tenemos que tener en cuenta la limitación física del espacio urbano de *Nara machi* como determinante de sus recursos turísticos¹⁴. Además tenemos que prestar atención al peligro de intervención y especulación de grandes empresas inmobiliarias que buscan zonas con gran atractivo para urbanizar.

AGRADECIMIENTO

Agradezco sinceramente a las gentes y órganos que me han concedido su ayuda cariñosa en la investigación (1996-97) en que se basa este artículo. Estas son la Diputación Provincial de Nara, el Ayuntamiento de Nara, los órganos del sector turístico de Nara, NMC y la Biblioteca Provincial de Nara.

BIBLIOGRAFÍA

- ASHWORTH, G.J., & TUNBRIDGE, J.E.: *The tourist-historic city*, Belhaven, 1990.
- BRITTON, S.G.: <<*Tourism, capital, and place: towards a critical geography of tourism*>>, *Society and Space*, no.9, 1990, pp.451-478.
- COMISIÓN DE LA HISTORIA DE LA POLICIA PROVINCIAL DE NARA: *Nara ken keisatsu shi* (La historia de la policía provincial de Nara, en japonés), Comisaría general de la policía provincial de Nara, 2 tomos, 1977-1978.
- HATANAKA, M.: *Estudios sobre la formación de la ciudad turística histórica: --la comparación de la ciudad española y la japonesa--* (en japonés), Tesis Postgrado, Escuela de Graduados en Humanidades y Medioambiente, Universidad de Kioto, 1998(inédita.)

¹⁴ Las calles estrechas no tienen capacidad de asumir visitas masivas. Los vecinos o comerciantes locales muestran su preocupación por el efecto negativo que puede producir el masivo flujo turístico en su territorio.

- HORII, J., *Saishin Nara ken chishi* (El ultimo geografia descriptiva de la provincia de Nara, en japonés), Yamato shiseki kenkyukai, 1962.
- ISHII, H. & SHIRASAKA, S.: <<Recent studies on recreational geography in Japan>>, *Geographical Review of Japan*, no.61B-1, 1988, pp.141-149.
- KATO, H.: *Toshi to Goraku* (Ciudad y ocio, en japonés), Kashima Shyuppankai, 1969.
- MARCHENA, M.(Ed.): *Turismo urbano y patrimonio cultural*, Diputación Provincial de Sevilla, 1998.
- MINISTERIO DE ORDENACIO DEL TERRITORIO Y TRANSPORTE, *Resumen de libro blanco de turismo* (en japonés), 2002, (www.mlit.go.jp.)
- PAGE, S.: *Urban tourism*, Rutledge, 1995.
- RIMMER, P.J.: <<Japan's "resort archipelago": creating regions of fun, pleasure, relaxation and recreation>>, *Environment and Planning A*, no.24, 1992, pp.1599-1625.
- SHIRAHATA, Y.: *Ryokou no susume* (Invitación a viaje, en japonés), Chuo koron shya, 1996.
- TAKAOKA, H.: <<Kankou, kousei, ryokou (Turismo, bienestar y viaje)>>, en AKAZAWA, S. & KITAZAWA, K., *Bunka to Fashizumu* (Cultural y fascismo, en japonés), Nihonhyoron sya, 1993, pp.9-52.
- TAKEUCHI, K.: <<Some remarks on the geography of tourism in Japan>>, *GeoJournal*, no.9-1, 1984, pp.85-90.
- TAMAMURA, K.: *Rejyah sangyou no seicho kouzou* (Estructura del crecimiento de la industria del ocio, en japonés), Bunshin do, 1980.
- TROITIÑO VINUESA, M. J.: <<Ciudades Patrimonio de la Humanidad: Desafíos de interpretación, planificación y gestión turística >>, En BLANQUER, D. (Dir.), *Ordenación y gestión del territorio turístico*, Valencia, Tirant lo Blanch, 2002, pp.351-405.
- VERA, J.F., PALOMEQUE, F., MARCHENA, M. J.& ANTON, S., *Análisis territorial de turismo*, Ariel, 1997.
- YAMAMURA, J., *Shin kankou chirigaku* (La nueva geografia del turismo, en japonés), Taimeidou, 1995.

REFERENCIAS EN INTERNET

- <http://www.city.nara.nara.jp/>
- <http://www.library.pref.nara.jp/>
- <http://www.mlit.go.jp/>
- <http://www.nara-kankou.or.jp/>
- <http://www.pref.nara.jp/>
- <http://www.sanga-kurumaza.com/>
- http://www1.sphere.ne.jp/naracity/j/n_hp.html
- <http://www1m.mesh.ne.jp/~naramati/>