

GEOGRAFÍA DEL OCIO Y EL TURISMO

1. Introducción.

La palabra *ocio* es lo que se conoce como una palabra binaria, ya que tiene íntimamente relacionada otra palabra, en este caso trabajo. De manera general, se puede decir que, el ocio es el tiempo libre que queda después de atender las necesidades básicas.

Todos los autores que han tratado el tema del ocio, entre los que destaca A. Luis (1988), han coincidido en que se da debido a tres componentes, los cuales son el tiempo, la libertad y la actividad realizada:

– El ocio y el tiempo libre son dos conceptos que se confunden pero no son exactamente lo mismo. Una acepción amplia, considera al tiempo libre como el tiempo que no está ocupado por el trabajo. Esta primera acepción es la que los sindicatos y los movimientos obreros reconocen, ya que la lucha de estos colectivos consiste en acortar la jornada de trabajo.

A partir de 1970 surgen nuevas acepciones más estrictas, ya que se empieza a comprender que hay una serie de tareas no laborales, pero sí obligatorias, como las tareas del hogar. Munné (1980) distingue varios tipos de tiempo libre, como el que queda después del trabajo y el resto de tiempo libre que queda después de realizar todas las operaciones cotidianas. Dumazedier (1968) acuñó el término *sémi-loisir*, el cual designa el tiempo en que se realizan labores necesarias pero menos obligatorias que las laborales (tareas del hogar, comer...). Parker (1971) distingue hasta seis tipos de tiempo libre, desde la total obligatoriedad hasta la total libertad. De este modo esta segunda acepción es más estricta que la primera porque considera único tiempo libre a aquel que no se utiliza para realizar actividades necesarias para la subsistencia del individuo o de la especie.

- La libertad implica que si una actividad de ocio la realizas por obligación ya no se considera ocio.
- En las actividades tiene importancia la interpretación que le da a las tareas el individuo o la sociedad, ya que las interpretaciones pueden ser:

% Interpretaciones subjetivas en las que todo lo que considera el individuo como ocio es ocio. Un representante de esta interpretación es Munné.

% Interpretaciones objetivas en las que todo es ocio si lo considera la sociedad. Un representante de esta interpretación es Dumazedier.

El turismo es un fenómeno relativamente moderno. Se puede decir que se inició a mediados del siglo XX. Hasta la fecha solo había viajeros, y a partir de esta fecha hay turistas.

La definición oficial de turista, según la OMT (Organización Mundial del Turismo), es aquella persona que viaja durante más de 24 horas fuera de su lugar de residencia. Aunque esta definición no distingue el motivo del traslado, ya que considera también turista a aquella persona que se traslada por motivos laborales. A esta persona se le considera turista debido al gasto que realiza, a estos turistas se les denomina turistas de trabajo, y las primeras personas que se interesaron en su estudio fueron los economistas.

El turismo es una forma de ocio, y de la misma forma el ocio está incluido en el turismo. Tanto el turismo como el ocio son actividades conocidas desde antiguo pero su estudio es muy reciente, coincidiendo este con el final de la Segunda Guerra Mundial, aunque el primer estudio turístico data de 1933 en EE.UU.. Los primeros en interesarse por el turismo fueron los economistas seguidos de los sociólogos, y mucho más tarde se interesaron los geógrafos. Los geógrafos le dan más importancia al turismo frente al ocio puesto que es más pujante y tiene mayor importancia económica.

En una primera fase solo se estudiaba el turismo, es decir solo se estudiaba geografía del turismo, teniendo que esperar hasta la década de los 60 para encontrar otras denominaciones que incluían al ocio, como geografía del ocio, geografía del turismo y la recreación y geografía del ocio y el turismo. De todos modos la geografía siempre ha mostrado un mayor interés por el estudio del turismo, y las causas de esto son:

- El turismo está influenciado por las condiciones geográficas.
- El turismo está íntimamente unido a la estructura, a la forma y conservación del paisaje donde actúa.
- El turismo altera las estructuras regionales, principalmente las demográficas y las económicas.
- El turismo es una actividad económica.
- El turismo tiene una gran trascendencia social y cultural porque provoca grandes cambios obligando a mejorar las infraestructuras.

El estudio espacial del turismo ha pasado progresivamente de un tratamiento descriptivo a un tratamiento explicativo que lo que busca es formular leyes naturales. Así, se puede decir que en Alemania los estudios turísticos se centran en estudios geomorfológicos y sociales, en Francia se centran en el turismo internacional y en los modelos de turismo de pequeña y gran escala, y en los países anglosajones (EE.UU. y G. Bretaña) se centra en el estudio de la recreación en los asentamientos rurales.

Del mismo modo que hay unas causas del mayor interés del estudio del turismo por parte de la geografía, hay unas causas del menor estudio por parte de la geografía del ocio:

- La escasa antigüedad del ocio como actividad de masa.
- La gran cantidad de actividades que se incluyen como ocio.
- El que el ocio sea un conglomerado de actividades tratadas por otras disciplinas como la sociología.
- Que se considere que el ocio es algo frívolo y poco serio.
- La debilidad institucional de la geografía.

La *Geografía del ocio* estudia las relaciones que se establecen entre el hombre y el medio con las actividades de ocio, como el turismo, el veraneo, paseos, juegos y espectáculos. Se interesa por todos los espacios de ocio y por todas las actividades relacionadas con el ocio. También se interesa por los lugares de residencia puesto estas se pueden elegir por el ocio del lugar. Lo que individualiza a la geografía del ocio del estudio e esta actividad por parte de otras disciplinas es que la geografía se ocupa de la gente y el espacio.

Las fuentes para el estudio del ocio. Las fuentes son muy escasas y están muy sistematizadas, esto se debe a que las actividades del ocio son muy recientes y muy variadas. Del mismo modo las fuentes que se utilizan para el estudio del ocio son las encuestas, las cuales se realizan principalmente para obtener información del mercado, un problema que plantean las encuestas es que se realizan para un asunto en concreto. En España las encuestas publicadas son escasas porque sus resultados se consideran estratégicos para el mercado, y por lo tanto son beneficiosos para las empresas y sus estrategias comerciales. La fundación FOESSA publica periódicamente encuestas acerca del comportamiento de los españoles, y entre ellas también se pueden encontrar encuestas relacionadas con el ocio. El INE también publica una encuesta continua de presupuestos familiares que es una fuente indirecta que informa en que se gastan las familias españolas su dinero. Pero aunque esta encuesta es muy amplia solo dedica tres espacios al gasto en ocio. Otra fuente de difusión son los periódicos y las revistas (OJD) las cuales estudian otro tipo de ocio, del mismo modo que las audiencias de la televisión.

Las fuentes para el estudio del turismo. En el caso del turismo hay más fuentes. En el ámbito internacional hay una estadística de fácil acceso, aunque ya a escala estatal, de Comunidades Autónomas y municipal solo hay una información fragmentaria. A escala internacional, entre las fuentes directas se encuentra la Organización Mundial del Turismo (OMT), organismo internacional fundado en 1975, el cual se encuentra en Madrid y es el sucesor de la Unión Internacional de Organismos Nacionales de Turismo la cual fue fundada en 1925 y se encontraba situada en la Haya. La OMT publica un anuario de estadísticas de turismo con

información mundial, regional y nacional de las principales series del turismo internacional cuya calidad depende de los datos que proporciona cada país, por lo cual las estadísticas dependen de la buena voluntad de cada país... Para los países más turísticos la OMT realiza perfiles turísticos donde también ofrece la legislación del país, indicadores sociales, económicos...

Las fuentes españolas que se dedican al estudio del turismo son:

- La secretaría de Estado dedicada al turismo ofrece datos sobre el número de visitantes y pernoctaciones agrupadas por provincias y nacionalidades. También ofrece datos de empleo.
- El Instituto Nacional de Estadística ofrece los movimientos de viajeros en los establecimientos de turismo. Esta información la ofrece con carácter tanto nacional como por comunidades autónomas como por municipios.
- En la Comunidad Valenciana se publica anualmente un estudio que informa de la oferta y la demanda de turismo en la comunidad (*El turismo en la Comunidad Valenciana*).
- En los municipios también se publica anualmente las ofertas turísticas de cada municipio o de la comarca en conjunto.
- Otro tipo de fuente que se da en España es la encuesta turística, que proporciona información a través de una encuesta mensual centrándose en la demanda.
- Y en la Comunidad Valenciana también ofrece información la publicación autonómica *Papers de Turisme*.

Los métodos dependen estrechamente de las fuentes disponibles, y como las fuentes del ocio están menos desarrolladas los métodos también lo están, por lo que se encuentran aun por desarrollar. En el estudio del turismo se han elaborado una serie de índices y tasa que permiten una elaboración mas profunda:

- El índice espacial de frecuentación turística relaciona el número de turistas por la superficie de la zona turística, medida en km² se es una región o en ha si es una ciudad.
- La tasa de función turística (Defert, 1970), la cual relaciona el número de plazas hoteleras con la población de un lugar, multiplicado por 100. Esta tasa se hace para ver la significación que tienen las infraestructuras turísticas en una población.
- El turismo a veces hay que recurrir a estudios indirectos para recoger datos relacionados con el turismo, como el consumo de productos necesarios o la producción de basura. Esto se realiza mediante la formula siguiente:

$$Cm: Ct / D ! Ct/Cm = P2 ! P2-P1 = T$$

En un mes con población normal En un mes con turismo

Cm = Consumo de un producto medio.

Ct = Consumo total.

P1 = Población inicial.

P2 = Población final.

T = Total.

Esto da unos resultados orientativos, que se utilizan como formulas medias.

- Otro modo es el de delimitar el área de atracción de un lugar turístico contando el número de matrículas y partiéndolo por el número de matriculados en el lugar de origen.

- Los estudios de ocio y truísmo son escasos y pésimos.

2. Ocio y sociedad. Trabajo y ocio.

OCIO Y SOCIEDAD

En la antigüedad solo los pueblos más atrasados y pobres carecían de la clase ociosa. La clase ociosa nace cuando se empieza a distinguir entre hazaña e industria, es decir, cuando se empieza a distinguir entre lo que hay que hacer para distinguir y las tareas que requieren un mayor valor. La primera clase social ociosa fueron los guerreros, ya que no estaban siempre en batallas, al igual que los sacerdotes de la época.

Ora etapa que distingue dos tipos de trabajos para satisfacer dos tipos de necesidades superiores o intelectuales. Desde el momento que se diferencian estas dos necesidades, surge una clase para satisfacer estas necesidades superiores. Esta clase social siente repugnancia por los que se dedican a las necesidades físicas. Por lo que en esta época el ocio se opone a la indignidad del trabajo, y sirve como demostración de capacidad económica en un momento en el que el consumo es escaso.

A mediados del siglo XIX surge en Europa una concepción más materialista del ocio, concepción que no ha hecho más que aumentar hasta la actualidad. Esta nueva concepción es la que se ha plasmado en la sociedad de consumo, la cual no es más que una ley del derroche ostensible. Además en el siglo XIX se produce la mecanización del ocio, lo cual abre las puertas al ocio industrial, el cual es un tiempo de consumo que incita a la manipulación económica e ideológica. Y hoy en día el ocio se ha convertido en puro negocio, alcanzando una gran magnitud física y demográfica, es decir, la población tiene más tiempo libre por lo que toda la población ha accedido al ocio. El ocio moderno lo que tiene es una gran capacidad de transformación del espacio.

El enorme valor económico del ocio ha llevado a intentar innovar sobre el ocio. Y también caracteriza al ocio que tiene un carácter totalmente alienado y marcado por la moda y la propaganda, tanto desde el poder y la iniciativa privada, lo cual ha creado formas de esparcimiento para las masas que han dado lugar a la explotación comercial de necesidades humanas.

OCIO Y TRABAJO.

Las satisfacciones del ocio están vinculadas tanto a las aptitudes de la sociedad como a las percepciones del individuo, y ambas han cambiado a lo largo del tiempo. Griegos y romanos tenían una separación entre clase trabajadora y clase ociosa. En las clases agrícolas de las sociedades preindustriales, trabajo y ocio estaban íntimamente relacionados, donde trabajo y ocio son comunales, y siguen un ritmo estacional marcado por la agricultura. En esta época los días festivos eran numerosos y estaban relacionadas con festividades cristianas, aunque su existencia venía dada por intereses seculares.

En el siglo XIV en Inglaterra, habían 12 días festivos en Navidad, 7 días en Pascua y otros días repartidos en el resto del año. Había tantas festividades porque la mayor parte de la población trabajaba la tierra, y este trabajo les permitía tener tiempo libre en los meses fríos sobre todo. En esta época es cuando aparecen los banquetes como celebración. Las distracciones de esta época consistían principalmente en juegos de pelota... y en la lectura para las clases pudientes. En la época medieval hay que nombrar la integración entre ocio y trabajo, y el carácter comunitario de ambos, y también hay que recordar que en esta época sigue habiendo una clase ociosa.

La Revolución Industrial, significa un cambio en la organización, y una ruptura en el ámbito rural. Se establece un horario rígido de trabajo, y todo esto hace que los días festivos se reduzcan drásticamente. El Banco de Inglaterra mientras que en 1761 tenía 47 días festivos, en 1806 tenía solo 4 días festivos.

A mediados del siglo XIX se publica en Francia La Encyclopédie en la cual se propone pasar los días festivos que se dan entre semana a domingo. Hacia 1850 la jornada laboral semanal era de 70 horas o más, es decir, 10 horas diarias. Con la industrialización la economía se monetariza porque el trabajo vale dinero, ya que con el dinero se compran los productos necesarios para sobrevivir, y también porque se puede dedicar al ocio. La industrialización también provoca una urbanización densa en las ciudades creando un nuevo estilo de vida urbana, y acabando con los estilos de ocio rurales. Con la industrialización también se dieron avances técnicos los cuales permitieron también avanzar en el ocio, como la llegada de la luz a gas, la cual permitió el hacer espectáculos, del mismo modo que la alfabetización permitió la lectura.

En la primera mitad del siglo XX destaca la supeditación del ocio al trabajo, mientras que en la segunda se da la explosión del tiempo libre. En la vida de la mayor parte de la población el ocio tiene cuatro componentes temporales:

- Ocio diario.
- Ocio semanal.
- Ocio estacional / anual.
- Ocio durante la vida.

A principios del siglo, el ocio diario y el anual eran irrelevantes para la población ya que la jornada laboral era muy intensiva y no permitía el ocio diario, y porque no había un respiro estacional como en la edad media. Por eso la estadística solo consideraba como ocio al ocio semanal:

- En 1918 ! 48 horas semanales ! 8 horas al día, 6 días a la semana.
- En 1951 ! 48 horas semanales ! 8 horas al día, 6 días a la semana.
- En 1980 ! 42–43 horas semanales.
- En 1990 ! 40–37 horas semanales.
- En 2000 ! se comienza a implantar en algunos lugares las 35 horas semanales.

A lo largo del siglo XX se ha aumentado el ocio semanal, y aunque no se haya acortado la jornada, lo que se ha dado es un alargamiento del fin de semana, es decir se acorto la semana laborable a 5 días, fomentando el consumo en el ocio semanal. También se han producidos cambios importantes en el ocio anual. Hay que decir que una ley de 1871 concedía 4 días de vacaciones a la banca de Lubbock y recomendó su expansión a toda la banca. Pero esto no se admitió demasiado rápido, ya que estos eran unos días que no se tenía sueldo y solo se les podían coger personas con cierto nivel de vida.

En la primera mitad del siglo XX se da una expansión de las vacaciones pagadas, las cuales en un principio duraban una semana. En España las vacaciones pagadas se reconocen en 1938 (a mediados de la Guerra Civil), aunque hasta 1944 no se hacen obligatorias, aunque al ser el 52% de la población agraria, las personas que tenían vacaciones pagadas eran una minoría. A finales del siglo XX, las vacaciones oscilan entorno a las 4 semanas pero con ciertas variaciones, ya que hay veces que para los sindicatos es más fácil conseguir una ampliación de días de vacaciones que un aumento de sueldo. A lo largo del siglo XX se ha acortado la vida laboral. En España la vida laboral comienza a los 16 años y finaliza a los 65 (más o menos).

Cada vez hay más personas que no tienen una obligación laboral, aunque el tiempo libre no es el único factor para tener ocio, también hace falta dinero, movilidad, salud... Además algunas personas con mucho tiempo libre como los jubilados y los desempleados no les gusta ser clase ociosa, ya que también se les ve reducida su capacidad económica. También se ha producido una serie de cambios que afectan al ocio, como:

- La incorporación de la mujer al trabajo.
- El aumento de los hogares unifamiliares.
- El envejecimiento de la población.
- La reducción del tamaño de las familias.

Esto halla aumentado la oferta y la calidad del ocio, que este se haya especializado para toda la población. Y en la actualidad hay muy poca gente que se considere clase ociosa por el contexto social que esto tiene.

El crecimiento de las rentas en los hogares españoles ha sido muy fuerte en la segunda mitad del siglo XX (1970 la renta per capita española era de 70.000 pts; 1975 la RPC era de 153.000 pts; 1980 la RPC era de 360.000 pts; en 1985 la RPC era de 631.000 pts; 1990 la RPC era de 1.132.000 pts. Pero 1 pts de 1970 equivaldría a 0.098 pts de 1990, por lo que la renta de 1990 con la equivalencia de 1970 sería de 110.936 pts). Por lo que se ha aumentado tanto de forma relativa como de forma absoluta el dinero dedicado al ocio, aunque la satisfacción relacionada con el ocio no tiene que ver con el dinero gastado en ello, ya que la diversión no depende del gasto que se haga. El aumento del ocio se produce no solo a nivel individual o familiar sino que también se produce a nivel nacional o municipal, las cuales tienen carácter público aunque estas tienen altibajos debido a la consideración social respecto al ocio, el cual va cambiando a lo largo de la historia y con gran rapidez.

La expansión de la cultura ha llevado a la creación de museos, bibliotecas, jardines... y más reciente consecuencias de esta expansión es la creación de parques científicos y culturales, como el francés de Futuroscope y el español de la Ciudad de las Artes y de las Ciencias, y también la creación de centros de jubilados y la promoción de actividades para jóvenes y todo lo relacionado con la animación sociocultural. A nivel municipal la principal provisión de ocio son los parques y jardines, junto con todo lo relacionado con la animación sociocultural.

En una economía de mercado el límite entre el sector público y el sector privado comercial tiende a cambiar con el tiempo. El sector comercial como busca el beneficio económico, evita los sectores donde el beneficio es escaso o a muy largo plazo, aunque este sector se diferencia del público en que es un sector muy ágil y siempre o está a la moda o la crea.

Dentro del sector privado también se puede encontrar un sector más estricto, el cual está formado por clubes y asociaciones deportivas que en origen no tenían ánimo de lucro. También hay otro sector dentro del privado que se caracteriza por su carácter voluntario y en el que predominan asociaciones culturales y humanitarias como las ONGs, aunque en estas asociaciones también tienen una parte económica, ya que para formar parte de ellas hay que pagar una cuota.

Mientras el sector público funciona con dinero del estado o instituciones públicas y plantea muchas dudas en un momento en el que se intenta acortar gastos públicos. La animación sociocultural, se está manifestando como una profesión en alza, la cual surgía en 1960 en el consejo de Europa con la intención de integrar a la población en el sistema establecido y llevar la cultura a toda la población. De este modo la animación sociocultural en estos momentos se encuentra en discusión, ya que frente a sus defensores, los cuales dicen que estos promueven la cultura, se encuentran los retractores que dicen que esto es una dirección de la población.

VARIABLES PARA CLASIFICAR EL OCIO.

- Según el *tiempo* caben tres subclasificaciones:
 - ◆ La primera atiende a la frecuencia, por la que el ocio puede ser diario, semanal o anual.
 - ◆ Según la duración puede ser de larga o de corta duración.
 - ◆ Puede ser habitual, periódico o eventual y/o esporádico.
- Atendiendo a la variable de lugar como *espacio*, también hay varias clasificaciones:
 - ◆ Una primera clasificación serían las actividades que se realizan dentro o fuera del hogar.
 - ◆ Las actividades que se realizan en espacios cerrados o en espacios abiertos.
 - ◆ Según el medio en que se realiza la actividad del ocio, urbano, rural, montaña, mar...
- En función de la *actividad* se distingue:
 - ◆ Manual o intelectual
 - ◆ Formal o informal.

- ◆ Activo o pasivo.
- ◆ Cultural, deportivo, espectáculo, juegos, relacionados con el hogar, y social.
- Según la *oferta* pueden ser:
 - ◆ Oferta pública.
 - ◆ Oferta privada.
 - ◆ Oferta comercial.
 - ◆ Oferta voluntaria.
- Según las *características del sujetos* puede verse:
 - ◆ Ocio infantil.
 - ◆ Ocio juvenil.
 - ◆ Ocio en la vejez.
 - ◆ Ocio masculino.
 - ◆ Ocio femenino.

Otra clasificación muy lograda es la que realizó Roberts en 1979, en la que distingue entre cuatro variables las cuales son cultura, turismo deporte y recreación social, aunque también deja otro apartado con el título de otros en el que engloba actividades que no se encuentra en los apartados anteriores.

Dentro de la *cultura* diferencia entre la cultura que se da dentro del hogar y la que se da fuera del hogar. En el *turismo* distingue en función del alojamiento, en función de la atracción que motiva el viaje y en función del operador. En el *deporte* distingue fundamentalmente entre el deporte activo y pasivo, y dentro del activo distingue entre el que se practica al aire libre y el que se practica en lugares cerrados. Dentro de *recreación y vida social* incluye juegos de mesa, comida y bebida, el ir de tiendas... El capítulo de *otros* lo completa con actividades como la participación en clubes, las actividades religiosas...

3. El uso del tiempo libre. La demanda de ocio.

La demanda de ocio es un concepto muy impórtate, del cual se distinguen varios tipos. La demanda efectiva es la expresada que aparece en un momento dado y refleja el interés que hay acerca de un producto o un lugar relacionándolo con los recursos que se disponen. La demanda latente es la demanda que existe pero que esta frustrada por falta de oportunidades de ocio. La demanda potencial es la demanda que puede haber en un futuro y está formada por la demanda expresada o real, por los cambios de la demanda expresada y por la demanda latente liberada por los cambios en los recursos.

Al necesitar encuestas para conocer la demanda se pregunta en estas directamente sobre una actividad por lo que estas encuestas acotan las respuestas y el tiempo. Para conocer la demanda es necesario medir la frecuencia de participación. También hay que saber que las encuestas no muestran la realidad total, ya que se suelen falsear los resultados según los intereses de las empresas que las solicitan, ya que las encuestas acerca de la demanda las encargan mayoritariamente empresas del sector privado.

Para medir la demanda se utiliza medidas de participación por 1.000 habitantes al año, pero este indicador puede encubrir cosas muy diferentes. Además respecto a la participación hay que tener en cuenta la estacionalidad. En la encuesta más frecuente para conocer la demanda existen dos enfoques uno dirigido a actividades mayoritarias o interesándose por el conjunto de actividades buscando establecer modelos de participación.

Otro problema importante que afecta a las encuesta es el tamaño del muestreo. Para realizar encuestas de actividades minoritarias, lo que se hace es agruparlas en subgrupos, por ejemplo para estudiar los diferentes deportes se dividen en deportes de sala, deportes de hierba, deportes rurales, deportes de agua.... También plantea problemas el tamaño de la región estudiada, ya que si este es muy pequeño la información de la encuesta carece de valor, ya que solo tendría un carácter comparativo si se compara con el de otra región.

Todos los modelos de ocio se diferencian en función del tiempo de práctica y en función de los individuos que la realiza. Estos modelos están limitados *por barreras relacionadas con las actividades o físicas o las relacionadas con las personas*. Relacionadas con las limitaciones físicas se encuentran las impuestas con el clima principalmente en las que se realizan en el aire libre, y a causa del clima se observan que hay actividades estacionales, las cuales se pueden calcular con las formula siguiente:

Estacionalidad = Días por año / Días por el trimestre máximo

Del mismo modo la estacionalidad se puede recortar con la técnica, ya que la estacionalidad se debe principalmente a aspectos como el clima, la temperatura...

También hay limitaciones biológicas, sociales y económicas. De este modo una limitación biológica clara es la edad, ya que para algunas actividades la edad es determinante por la fuerza física necesaria, del mismo modo que influye en el modo de vida de cada grupo de edad. Los cambios en el estilo de ocio aunque lo parezca no se dan con el avance de la edad, sino que se dan con cambios bruscos durante la vida, como el matrimonio, la paternidad... Entre los factores sociales y económicos, nos encontramos con el nivel de vida y con la movilidad, en estos factores destaca la ocupación, aunque también importa el nivel de renta, el nivel cultural.... En este caso las personas con ocupaciones con un nivel de ingresos y cultural mayor tienden a variar las actividades de ocio y a realizarlas con menos frecuencia dentro del hogar. Durante la primera mitad del siglo XX a medida que se extendía el automóvil, se pensaba que se iba a romper la dinámica del ocio, aunque en la práctica no se han cambiado tanto como se pensaba, ya que si ha beneficiado al ocio en distancias cortas, pero no tanto al de distancias grandes. También hay *factores psicológicos* que motivan el ocio individual aunque las influencias culturales también influyen en las elecciones de ocio por grupos de sexos o edades.

La demanda de recursos y las modas. Para analizar la práctica del ocio en un lugar concreto hay que conocer los recursos del mismo, aunque a menudo los estudios de la demanda se utilizan para hacer pronósticos, olvidando que una encuesta solo muestra el presente. La tecnología esta sometida a muchos recursos del ocio a un cambio muy rápido, pero hay que añadir que a todos los factores anteriores hay otro que se les superpone, las modas, las cuales se relacionan con el estilo de vida, la edad, el estatus y se caracterizan en que son muy efímeras. Los estilos de vida se centran en el ocio en determinados grupos de actividades, como son los deportes, el bricolaje, el hogar, las actividades nocturnas, el naturismo... ya que estas no suelen ser actividades relacionadas a un grupo específico. Además a todo esta hay que añadirle las percepciones personales, ya que una misma actividad puede ser percibida y valorada de distinta forma según el individuo.

4. Ocio urbano y ocio en el medio rural.

En los países desarrollados aproximadamente el 75% de la población es urbana, y por lo que se puede entrever a partir de este dato es que el ocio que predomina es el que se realiza en la áreas urbanas, y por lo tanto cercanas. Esto es así porque en el medio urbano es donde se encuentran la mayor parte de los recursos del ocio, ya que estos predominan en lugares donde la demanda es abundante. Tradicionalmente se piensa que la recreación al aire libre se prefiere en espacios rurales, mientras que en las zonas urbanas predomina el ocio en espacios cerrados. Esto ha provocado una dicotomía entre ocio urbano y ocio rural. En la segunda mitad del siglo XX los cambios en cuenta práctica del ocio han seguido dos direcciones contrapuestas. Por un lado la movilidad ha permitido realizar desplazamientos a grandes distancias del hogar, mientras que de otro lado el hogar se ha convertido en una grande fuente de ocio. El ocio en el hogar se ve favorecido por dos factores, el individualismo familiar y el crecimiento y satisfacción de los aparatos domésticos. Según estudios realizados, un 63% del ocio se realiza en el hogar, aunque el punto más bajo de realización de ocio en el hogar se da a los 20 años. Aunque a partir de esta década (de los 20) este tipo de ocio comienza a ascender, llegando a superar la media de ocio doméstico cuando se superan los 45 años. Aunque esto esta principalmente relacionado con el estilo de vida y con el tipo de familia que se tiene, del mismo modo que cuando se superan los 65 años también influye el nivel económico y la salud.

El equipamiento privado de ocio, es decir, el del hogar no dejado de aumentar a lo largo del siglo XX, lo cual esta íntimamente relacionado con la llamada III Revolución Industrial. Aunque a pesar de saber que el ocio doméstico es muy importante este no se ha estudiado, ni siquiera por parte del sector comercial.

En la cultura occidental tradicionalmente la calle era un espacio de relación, mientras que en la actualidad el individualismo familiar y la vida moderna ha provocado que esto ya no sea así. Por encima de la calle se establece una jerarquía urbana de equipamientos, donde cada recurso tiene un área e atracción en función del deseo de utilizarlo y en función de la distancia y la movilidad, ya que los límites al área de atracción se pueden deber al tiempo o a la distancia. Para algunos recursos de ocio la demanda es lo que determina las instalaciones de un lugar. Otras instalaciones menos numerosas tienen una amplia zona de atracción (como un teatro o un gran estadio). Aunque finalmente hay instalaciones con grandes necesidades de espacio o con necesidades de mantenimiento, y que tiene una localización muy determinada por estas necesidades, como un parque de atracciones o un campo de golf.

En el caso de recursos muy especializados o de gran calidad, puede llegar a hacerse traslados nacionales o internacionales, como para visitar grandes museos... La facilidad de uso de un recurso no depende únicamente de la accesibilidad ya que hay unas barreras, como las físicas, las económicas y sociales:

- Las barreras físicas pueden imposibilitar el acceso a ciertos grupos de edad a ciertas instalaciones.
- Las barreras económicas. Para un traslado corto el individuo no se plantea el coste del transporte, mientras que si el traslado ya tiene una distancia considerable, el individuo ya se plantea el coste del traslado. Las barreras económicas se dan por el elevado coste de equipamiento o por la cuota de admisión, la cual es característica de zonas privadas y comerciales, aunque también puede verse en instalaciones públicas como museos, etc.
- Las barreras sociales son más o menos evidentes, ya que el contexto social es importante para la gente. Hay algunas actividades con un claro nivel elitista que inhiben a los no iniciados.

En la sociedad actual las instalaciones de ocio han entrado en los estándares de vida, llevando a la iniciativa pública a invertir allí donde la iniciativa privada no llega. Pese a esta iniciativa del sector público, aún hay equipamientos de ocio con un uso mínimo. El equipamiento más abundante en las ciudades son los polideportivos y los jardines y parques. Los polideportivos suelen ser de carácter municipal y a una escala local, y su clientela suele comprender a personas de entre 10 y 29 años, predominando frente a las mujeres los hombres. Al construirlos se puede optar por:

- Un solo polideportivo grande para toda la ciudad, o muchos polideportivos medianos o pequeños para cada barrio.
- Ponerles precios políticos o precios reales.
- Instalaciones de deportes mayoritarios o instalaciones de deportes minoritarios.

Por lo que se refiere a centros privados se caracterizan por ser muy selectivos en su localización en cuanto a medio atractivo, accesibilidad y a proximidad a una demanda potencial. En este sector se encuentra a los centros comerciales, los cuales han tenido un gran auge en los últimos años. La mayor parte de los centros comerciales se localizan en el espacio que necesitan, ya que se benefician de la movilidad que ofrece el automóvil.

A esta escala se encuentran también los parques y espacios urbanos, los cuales representan el mayor uso del suelo después de las viviendas y de las calles. La zona verde tiene una función estética y de recreo, ya que añade visual y psicológicamente calidad al entorno urbano, llegando a incidir en el precio de las viviendas de su entorno. Mientras que el espacio de ocio tiene como finalidad el recreo al aire libre, ya bien sea formal o informal.

Los espacios de ocio tienen varias formas orientadas casi siempre a la forma física, mientras que las zonas

verdes están pensadas para satisfacer actividades más pasivas. La oferta de zonas verdes varía mucho de unas ciudades a otras, tanto en extensión como en forma y distribución, y sus características reflejan la historia de la ciudad y las políticas urbanísticas que han presidido las distintas etapas de su crecimiento, porque en la práctica en una ciudad consolidada es muy difícil modificar la estructura urbana. Habitualmente se establece estándares de zonas verdes por habitante para calcular la calidad de vida.

Para analizar la planificación hay que tener en cuenta:

- Que el sector público necesita la coordinación entre las distintas administraciones. Encontrando el principal problema con la falta de comunicación entre la administración local y el servicio educativo. En España en la década de los 90 se inició lo que se llama un uso cual de las instalaciones deportivas de los centros de enseñanza, lo cual consiste en que durante los periodos no lectivos las instalaciones públicas las puede utilizar todo el mundo que lo desee.
- La gama de instalaciones que deberían ser ofertadas por el sector público, se tienen que tener en cuenta ya que esto plantea muchas dudas, como ¿qué se debe subvencionar, actividades mayoritarias o minoritarias?
- La localización del espacio de ocio, es generalmente una cuestión de resolución local, más que un principio general. En vez de utilizarse factores de distancia-tiempo o umbrales de demanda, predomina en estas localizaciones la disponibilidad de espacio. Además aunque tradicionalmente los barrios céntricos ofrecen más actividades de ocio que los periféricos, actualmente hay una tendencia a la periferiarización de algunas actividades de ocio.

Dentro del ocio urbano también nos encontramos con las salas de ocio, las cuales son pequeñas empresas dedicadas al servicio de comidas y bebidas. En este sector únicamente se encuentra iniciativa privada, destacando de este sector los bares, cafeterías, pubs, discotecas... La localización de estos locales es totalmente anárquica, y tienen una alta densidad por cada habitante en el caso español, aunque la localización anárquica produce una tendencia a la concentración de establecimientos afines en todas las ciudades, lo cual provoca la creación de zonas o barrios de ocio. Aunque esta concentración tiene un problema importante, los constantes conflictos con los residentes de estas zonas.

Hay una relación entre el campo y la ciudad, en el sector del ocio que corresponde a la relación del campo y la ciudad están al mismo nivel, aunque siempre hay uno de los dos que destaca siempre. En materia de ocio esto se manifiesta en el hecho que un 80% del ocio en el medio rural tiene su generación en los centros urbanos, que es donde se concentra la población. A nivel del usuario, para el ocio en el medio rural se valora bastante más la distancia, la cual forja zonas que proporcionan diferentes actividades recreativas. La recreación en áreas rurales adquiere características propias, no solo porque el escenario es diferente y porque se ofrecen cosas que la ciudad no puede ofrecer, sino porque la provisión adquiere una nueva dimensión, ya que en el campo hay pocas áreas dedicadas y únicamente al ocio, teniendo que competir estas áreas con las dedicadas a la agricultura, a la ganadería...

El ocio rural es antiguo pero su desarrollo popular es reciente, ya que esta ligado al automóvil. Afecta por igual a hombres que mujeres, y suele practicarse en familia durante todo el año. Las clases poco cualificadas son las que menos lo practican. En la práctica se ha desarrollado en todos los países. De este modo lo que genéricamente se ha denominado visita al campo está abarcando una enorme variedad de actividades y de percepciones. La preferencia de la gente en materia de ocio es la playa. Naturalmente la playa determina fuertes contrastes estacionales de uso, ya que su atractivo esta estrechamente relacionado con el buen tiempo.

Para las excursiones de un solo día también influye en la decisión de a donde ir la distancia, por lo que el campo puede no ser el destino preferido pero si el más accesible. El viaje recreativo es el único ejemplo en el que el traslado puede formar parte de la diversión, haciendo que la vía más rápida no sea siempre la elegida. También hay que diferenciar entre el viaje a una zona y el viaje por una zona, ya que mientras que el por tiene una connotación más turística, el a se refiera más a un viaje de ocio. Del mismo modo se diferencian entre los

viajes de trabajo o de compras y los viajes de ocio, mientras que en los primeros se decantan por los recorridos más cortos, en los segundos esta racionalidad no existe. En general la distancia recorrida en la actualidad para hacer una excursión al campo esta de media entre unos 80 y unos 120 kilómetros, aunque esta cifra es orientativa, ya que esto depende del atractivo del lugar y de la accesibilidad al mismo.

La afluencia a estos lugares de ocio tiene unos marcados ritmos que pueden ser de varios tipos, los ritmos diario, anual y semanal se traducen en afluencias muy dispares, produciendo problemas de planificación. El ritmo de afluencia diario tiene unos picos a media mañana y a media tarde, retrasándose unas horas en verano. El ritmo semanal tiene al igual que el ritmo diario un pico, pero que en este caso se da en los fines de semana. Estos dos ritmos se mantienen durante todo el años, aunque con más intensidad en verano, produciendo de este modo el pico del ritmo anual, que de este modo se da en verano. Estos picos crean problemas para adecuar la oferta a la demanda ya que el sector privado no adecua la oferta a estos picos de demanda.

La recreación de tipo rural también se concentra en el espacio formando líneas y nodos. Las formas lineales siguen el curso de carreteras, ríos.. y se caracterizan por compartir su uso con otras actividades que no están dedicadas al ocio. En algunos casos que es necesario limitar la afluencia de gente, como los espacios protegidos, basta simplemente con reducir las vías de acceso para que descienda la afluencia a estos lugares.

En el medio rural hay una forma de ocio que merece una atención especial, la 2ª vivienda. Este tipo de ocio es muy antiguo, ya que llega a remontarse a época romana con las llamadas villas romanas en las que los patricios de la época se refugiaban para alejarse de las ciudades. Aunque se extiende de un modo más generalizado a partir de la II Guerra Mundial, a causa de el aumento de tiempo libre (alargamiento de los fines de semana...), el aumento del nivel de vida, la forma de vida (el hecho que la mayor parte de la población se concentren en ciudades intensivas...), además de la importancia que tiene el sector inmobiliario, en algunos países como España, como forma de inversión. España es uno de los países con mayor número de viviendas secundarias, aproximadamente hay una cada 22 hogares, cifra que dentro de la UE. solo la alcanzan países como Francia y Alemania. Aunque este tipo de viviendas plantean un grave problema, el elevado nivel de ilegalidad, ya que la mayor parte de ellas se han edificado al margen de toda ordenación urbanística. De este modo la 2ª vivienda representa un enorme impacto ambiental sobre el medio rural. En este medio, aparecen tres tipos generales de viviendas:

- Viviendas que eran la principales en otra época, pero que se abandonaron en el medio rural para irse a vivir a la ciudad, y que se mantienen como vivienda secundaria.
- Viviendas repartidas anárquicamente por el campo y que cada individuo se ha construido a su gusto.
- Viviendas unifamiliares situadas en el interior de urbanizaciones, llegando a ocupar conjuntamente una importante superficie en el medio rural.

Estos dos últimos tipos de viviendas secundarias producen una serie de impactos negativos en el medio rural, los cuales pueden ser de tres tipos:

- Tienen un impacto físico variable según los diferentes medios físicos (tiene un efectos más negativo en aquellas zonas más sensibles). Esto altera el paisaje, o el medio físico vía desagües, vía captación de aguas, contaminación de aguas subterráneas...
- El impacto social está relacionado con la dialéctica que se establece entre campo y ciudad. Hay que pensar que los propietarios de segundas viviendas únicamente acuden en periodos vacacionales, mientras que en estas zonas hay también gente viviendo durante todo el año. El impacto social provoca que se abuse de los propietarios de segundas residencias mediante impuestos más altos que los de los vecinos anuales.
- El impacto económico es muy variado. La proliferación de viviendas secundarias produce un incremento del precio del suelo, lo cual beneficia a aquellos agricultores que desean vender sus campos, pero afecta negativamente a aquellos que quieren ampliar sus explotaciones teniendo que comprar las parcelas agrarias a precio urbano. Otra consecuencia de las segundas viviendas es que

producen un aumento de las rentas, aunque esto no es por crecimiento del trabajo en todos los sentidos, sino que producen un aumento del trabajo de manera estacional en los meses que se ocupan estas viviendas. Lo que si provocan estas viviendas es un aumento del comercio local, aunque últimamente este también se ve afectado a consecuencia de la proliferación de hipermercados y grandes superficies. También afectan las segundas viviendas positivamente en las finanzas municipales. Ya que como se ha dicho en los impactos sociales, se suele abusar mediante los impuestos de los propietarios de este tipo de viviendas.

LOS PARQUES DE OCIO.

El parque en origen es un espacio natural que los reyes y la aristocracia crean para su disfrute y que posteriormente se abren al público se convierten en una distracción natural, al mismo tiempo que se crean zoológicos, para conocer en la realidad lo que describían los libros de viajes. En el siglo XIX se crean parques naturales, siendo el primero el parque norteamericano de Yellowstone, creado en 1872, para el uso de la población y para preservar los espacios y las especies. Mientras tanto en Europa surgen ecomuseos y jardines botánicos desde finales del siglo XVIII.

A finales del siglo XIX aparecen los primeros parques de atracciones, los cuales se situaban cerca de vías férreas o de vías de comunicación en general. El primer parque de este tipo fue el Sea Lion, fundado en 1887 a las afueras de Nueva York. También por la misma época empiezan a crearse en Alemania una especie de centros gastronómicos, los llamados Tripsdrill. Al mismo tiempo, se construye en Copenhague un parque de atracciones, el Tívoli.

Después de la II Guerra Mundial surgen los parques de cuentos y hadas, de los cuales un poco más adelante se diversificaron los safari-parks. Una fecha importante para los parques de ocio es 1955, ya que es en este año cuando se abre el primer parque Disney, en California, este parque supone un avance de mercadotecnia, ya que crea un mercado de ocio con precios accesibles. Los parques Disney están diseñados para que la gente no deje de consumir hasta que abandone el parque.

En los años 60 del siglo XX aparecen los parques de espectáculos, siendo el primero el de los estudios Universals, el cual aunque estaba abierto desde 1895 no empezó a utilizar los productos de sus películas. Otro tipo de parque de ocio que surge a finales del siglo XX son los parques de simulación interactiva o los parques de ciencia, donde se relacionan el visitante con la máquina. El primer parque de este tipo fue el Wonder world, creado en Gran Bretaña en 1955. Y el más famoso de los parques de este tipo en Europa, el parque francés de Futuroscope.

El gran atractivo de estos parques para la práctica de ocio ha provocado que estos parques se multipliquen por todos los lugares, provocando que muchos de ellos entraran en crisis, como los españoles.

LOS PARQUES NATURALES.

Los parques naturales surgen en los países desarrollados, una vez alcanzado un cierto nivel de urbanización. En la actualidad todos los países tienen alguna figura de protección de espacios naturales, lo cual provoca que la población perciba como espacios atractivos para realizar alguna actividad de ocio informal. El primer parque natural, fue constituido en 1872 en EE.UU., el parque de Yellowstone. En 1900 habían 3 parques en Canadá, 6 en Australia y 2 en Nueva Zelanda, debiéndose esto a que estos países al contrario de los europeos contaban con grandes extensiones despobladas que podían dedicarse al medio natural.

Los espacios naturales protegidos suelen abarcar diferentes formas jurídicas. Es habitual que en los parques naturales se establezcan límites de afluencia y gradaciones de protección, llegando a prohibir el acceso a ciertas zonas, del mismo modo que se puede incitar la afluencia a ciertas zonas mediante equipación (mesas, bancos, barbacoas...).

La primera ley de espacios naturales protegidos en España data de 1975, aunque hay parques naturales anteriores a esta ley. Así encontramos que en 1918 se crearon los primeros parques naturales protegidos de España (valle de Ordesa y Covadonga), en 1954 se amplió la red nacional de parques naturales a el Teide y a Tabudiente, y desde esta fecha se han ido agregando mas zonas a la red nacional de parques naturales, principalmente en Canarias, Baleares, en zonas de montaña (Montes de León), Zonas húmedas (Doñana y tablas de Daimiel), llegando a la docena de parques naturales cuya superficie representa el 0,4 del total de la superficie nacional. En España a partir de 1989 se substituye el nombre de parque nacional por el de parque natural.

En los parques naturales de montaña se busca la promoción socioeconómica que influye en la utilización de espacio de ocio y/o turístico, mientras que en los parques de naturales de costa se intenta limitar la afluencia de visitantes. La declaración de un parque natural plantea problemas, ya que la declaración implica prohibiciones y limitaciones para la población de la zona.

Además para que la figura del parque natural sea efectiva es necesario fuertes inversiones, y hay que reglamentar los usos. Hay que tener en cuenta que la protección implica una limitación de usos de los residentes la cual tiene que compensarse, aunque esto plantea dudas, ya que hay cosas que no se pueden compensar o es muy difícil de calcular las compensaciones.

Tan importante es la declaración del parque natural como lo es la gestión del mismo. En España se hace cargo de la gestión de los parques naturales un patronato en el que están representados todos los colectivos afectados, aunque esto suele plantear problemas porque cada uno defiende sus intereses, los cuales pueden y suelen ser contrapuestos los de unos y otros. Otros problemas son los límites jurídicos, ya que lo mejor para los parques naturales sería establecer una zona de semi-protección, aunque esto plantea aún más dudas que la gestión de un parque natural.

La gestión de los parques naturales tiene que centrarse en:

- Gestionar la afluencia al parque.
- Determinar el uso del parque.

Hay autores (como Patmore) que piensan que el litoral son muchos recursos juntos, ya que se pueden utilizar los recursos de ocio por separado (costa, mar abierto). Pero el uso recreativo del litoral no es un uso exclusivo, sino que esta junto a otros usos como el comercial, la vivienda y la industria. El uso recreativo del litoral depende de la distancia que debe recorrer el usuario. Hay que tener en cuenta que el litoral es un medio bastante homogéneo, aunque sobre él se asientan modelos de ocio y turismo muy diferenciados. El primer problema que se plantea sobre el litoral es la contaminación, aunque esta no se ve agravada por el turismo, aunque el turismo si que se ve afectado por ella. El litoral se ha convertido durante el siglo XX en el recurso turístico por excelencia. Esto quiere decir que el litoral es un recurso que genera miles de millones de euros, aunque provocan densidades excesivas en algunas zonas que pueden afectar al litoral.

El predominio de un uso turístico del litoral tiene trascendencia en el sentido que el desarrollo turístico para frenar el desarrollo de otros sectores pudiendo funcionar como periferia de otras zonas más desarrolladas.

5. El turismo como forma de ocio.

El turismo es una forma de ocio que por definición exige pasar una noche fuera del domicilio familiar, exigiendo más gasto. Propiamente no se puede hablar de turismo hasta el siglo XVIII (con la Revolución Industrial). En esta época el turismo solo puede practicarlo la nobleza y las personas que viven de rentas e incluso entre estos solo los más ilustrados atrevidos se atreven a viajar, ya que los viajes eran una aventura incierta, larga, incomoda... En esta época los desplazamientos correspondían a veranear fuera de las ciudades y mantener, e incluso aumentar, la vida social, surgiendo así los Bath, Spa, Mariendbad y Korlsbath

(Balnearios y lugares de baños). En esta modalidad de viaje se buscaba más el ocio que la terapéutica.

La segunda acepción de los viajes es el Grand Tour, el cual surge en el siglo XVII y consiste en un largo viaje por Europa para los jóvenes aristócratas, para conocer la cultura y los monumentos históricos. Los lugares más atractivos para los viajeros eran los países del sur de Europa y los del norte de África, por el clima y el exotismo.

Durante el siglo XX el ascenso del tiempo remunerado y las rentas disponibles para viajar para viajar se amplían a los comerciantes, a los industriales y a las profesiones liberales. En esta época también hay avances técnicos que favorecen la oferta, como el ferrocarril, los avances en la navegación... En este siglo es cuando se descubre el litoral, el cual a partir de este momento registra una notable afluencia de las clases trabajadoras por los avances técnicos.

A principios del siglo XX se mantienen las mismas condiciones, pero es tal el éxito del litoral que comienzan a añadirle instalaciones con el fin de atraer a más gente. También es a principios del siglo XX cuando surgen los primeros tour operadores que se encargan de organizar viajes (transporte + alojamiento). El turismo de masas surge después del periodo de reconstrucción de la II Guerra Mundial. Hay tres factores que lo determinan:

- Incrementos en la productividad, permitiendo el aumento de los salarios.
- La disminución del coste de producción de los productos ordinarios.
- La institucionalización de las vacaciones pagadas.

Con estos tres factores se creó una demanda masiva de turismo, y en paralelo surgió una oferta turística relativamente barata (del sol y playa) para que la masa pueda emular a la elite.

La llamada industrialización del turismo se produce cuando este sector comienza a recibir capital de otras actividades económicas. Las principales causas del desarrollo turístico son:

– En 1913 la Organización Internacional del Trabajo (OIT) reconoce las va. El país donde más rápido progresaron las vacaciones en cuanto a duración fue Francia, pasando de tener tres semanas en 1956 a tener cuatro semanas en 1969. En la actualidad la mayor parte de países desarrollados han fijado la duración de las vacaciones en cuatro semanas.

- La conquista del espacio llevado a cabo con el avance de los medio de transporte, y el abaratamiento del mismo. Por ejemplo al liberalizarse en 1977 el espacio aéreo supuso una drástica reducción del precio de los billetes de avión.

Hay que decir que es muy difícil contabilizar la importancia de cada medio de transporte en el turismo. En la OCDE se indica la importancia de cada medio de transporte para actividades de turismo (coche 68%, tres 17%, avión 11%, autobús 3% y barco 1%).

Otro factor que ha propiciado la conquista del espacio es la relativa desaparición, en el siglo XX, de las fronteras burocráticas.

- El aumento de las rentas y del nivel de vida, al menos en los países desarrollados, ha sido importante y ha provocado la producción de excedentes económicos, los cuales se destinan al ocio. En este marco ha cambiado la consideración de viaje turístico, ya que desde finales del siglo XX se vende como una necesidad.

LA OFERTA TURÍSTICA.

La práctica turística presenta particularidades que la hacen distinta de otras actividades, como:

- Es la demanda la que se mueve hacia la oferta.
- La oferta turística es de consumo inmediato, y si el producto no se consume se produce un quebranto económico ya que este producto no se puede almacenar.
- La capacidad para facilitar actividades lúdicas determina una función y un hábitat específico, ya que la oferta crea espacios turísticos. Esto quiere decir que cuando se transforman los recursos en productos y los comercializa se convierte en un espacio turístico.

El paisaje turístico es el resultado de la acción de los agentes inmobiliarios, de los promotores, de los propietarios del suelo, ya que las decisiones que toman cada uno de ellos afectan al suelo y al paisaje.

Los espacios turísticos más reconocibles son los núcleos residenciales creados para satisfacer el consumo superfluo, entre los que destacan los núcleos litorales. Son núcleos residenciales en altura con equipamientos e infraestructuras deportivos. A estos núcleos un geógrafo francés los bautizó como núcleos de persianas cerradas, ya que la mayor parte de los comercios están cerrados en las épocas que no hay turistas.

En términos cualitativos la diversidad está en relación al tipo de recursos y en las atracciones, y en cuantitativos está relacionado con la densidad, partiendo de estas bases se pueden diferenciar espacios vacacionales en función de las clases sociales que lo frecuentan, las características físicas del lugar y su imagen. Esta complejidad formal lleva aparejada una complejidad funcional. De este modo los núcleos turísticos tienden a diversidad su oferta de ocio de varios modos, o promover la articulación de productos temáticos, culturales. También se puede promover el traspás como espacio complementario del litoral, es decir, la zona interior de excursión sin pernoctación. En un mismo espacio litoral pueden coincidir estancias vacacionales, visitas ocasionales o uso recreativo de la playa por la población local, dando beneficio los tres tipos de visitas. Sobre la zona coexisten actividades diversas y la posición del turismo puede influir sobre la actitud de la sociedad y sobre la actitud de la administración. La oferta turística está compuesta por los bienes y servicios que utiliza el turista, por necesidad, placer o simplemente porque se ponen a su disposición para aumentar el consumo (souvenirs, artesanía típica). Los elementos que integran la oferta hay tipos:

- Usos exclusivos del turismo (alojamiento).
- De uso mayoritariamente turístico (restaurantes).
- De uso compartido con la población local (transporte público, gasolineras).

Estos elementos pueden ser de promoción pública o privada, aunque la iniciativa pública solo puede promocionar servicios de carácter complementario, aunque su mayor relevancia destaca en su papel planificador, legislador y regulador. En general la oferta turística suele generarse de forma espontánea a la sombra de los recursos o de un atractivo.

La demanda se puede evaluar; según la OMT en 1950 hubo 25 millones de turistas internacionales que pasaron a ser en el 99 657 millones, con un crecimiento medio anual de 3.8%, el cual es un crecimiento muy espectacular. Los últimos tres años de esta estadística (1996–1999) sufrió una ralentización. Estos 657 millones de turistas suponen un 10.8% de la población mundial y movieron 75.5 billones de pesetas. A los empresarios y a las administraciones únicamente les interesa el número de turistas, y como mucho la nacionalidad de cada uno, por lo que para conocer las características de estos hay que recurrir a la encuesta.

Entre los factores que condicionan la demanda, el nivel de renta influye sobre la práctica turística. Un segundo factor es el nivel cultural o la profesión el cual influye más sobre los destinos que sobre la cantidad de viajes. Sobre los destinos turísticos también influye la moda y la tendencia a la homogeneidad, la cual es realmente anterior a la globalización. Un tercer factor es la edad. La cual influye no tanto por sí misma como por las circunstancias que la acompaña y que determina la práctica del turismo. Otro factor que se impone a todos es la propaganda y la imagen que se forja de un lugar, por ejemplo en la actualidad hay compañías hoteleras que

pueden dirigir sus clientes hacia zonas donde tienen sus franquicias.

Las características de la demanda son importantes porque determinan la cantidad y la calidad del consumo, determinan la cantidad y la calidad del consumo, porque influye en el equipamiento y las atracciones, lo cual es muy importante porque el turismo se aloja en un lugar, del cual está frecuentemente fuera. También hay que decir que habitualmente tiene un consumo mayor en vacaciones que en el resto del año. Algunos autores piensan que el turismo a través del consumo impone sus gustos en la creación y recreación de nuevas formas de ocio y turismo, pero parece más realista pensar que es la oferta la que busca la diversificación y la que inventa nuevas formas para acrecentar el consumo.

6. Tipologías de turismo

- Según *la demanda* se distingue entre turismo internacional o nacional, lo cual es muy cómodo y se utiliza mucho, aunque plantea problemas de cuantificación para el turismo nacional.
- Según *la organización* o la forma de viaje se distingue entre viaje individual o libre y viaje en grupo o organizado por un operador.
- Según *la oferta* se distingue entre turismo intensivo o turismo extensivo. Mientras que en el primero se da una actividad en exclusivo, en el segundo se da más de una actividad. Un ejemplo de extensivo sería Barcelona, y uno de intensivo sería Benidorm.
- Según *el alojamiento* distinguimos turismo residencial y turismo hostelero. El primero es que se da en viviendas en propiedad o en alquiler, y el hostelero es el que se hospeda en un hotel o en un camping. El residencial plantea problemas de desagües, basuras, etc, al igual que el hostelero, pero este saca más beneficio por una misma cantidad de problemas.
- Según *la actividad* se distingue turismo climático (busca un clima favorable y se relaciona con el turismo que busca el descanso y la salud), el turismo de conocimiento (es el turismo en sentido estricto, y consiste en ver lugares...), el turismo cultural (cuando el turista se mueve por un atractivo cultural, como el arte de una ciudad...), el turismo de negocios (es básicamente el turismo de ferias y congresos, el cual es el más interesante desde el punto de vista económico, ya que este turista es el que más gastos realiza), el turismo deportivo y de aventura (el turista se mueve por la práctica de un deporte o por la aventura) y el turismo religioso (también mueve a mucha gente de distintos lugares, con un nivel de consumo muy variado. Hay lugares de peregrinación que se han convertido en centros comerciales).
- Según el lugar se distingue entre turismo litoral, de montaña, rural y urbano. Esta clasificación es la más geográfica y la que se va a seguir para estudiar el turismo:

◇ El turismo litoral es el más común y más diferenciado. Las orillas del mediterráneo recibe 1/3 de los turistas mundiales, principalmente por el clima benigno de la zona. Los primeros núcleos de turismo de litoral surgieron a finales del siglo XVIII y comienzos del siglo XIX en la costa del Canal de la Mancha y en el mar del Norte (en Europa) y en la costa atlántica en (EE.UU.). En Europa surgen en las proximidades de los grandes centros industriales (Blackpool, Bradford, Morecambe). A finales del siglo XIX y principios del siglo XX empieza a desarrollarse el litoral mediterráneo (principalmente el litoral francés e italiano), surgiendo ciudades como Niza, Cannes, Taormina y Sarrento. Aquí se aprovecha el buen clima, y empieza a acudir clientela más selecta aunque todavía sigue sin utilizarse el mar de forma recreativa. En este momento se desarrollan centros turísticos, no zonas turísticas, es decir, aún no estamos en el momento en que se desarrolla la Costa Azul, etc. Estos centros tenían características comunes:

- El primero es el paseo marítimo a partir del cual se desarrolla la construcción de alojamientos y hoteles de lujo en primera línea.
- También es la construcción de carreteras litorales, las cuales bordean estos

núcleos, los cuales también dependen del ferrocarril.

Tras la II Guerra Mundial la masificación del turismo hace surgir nuevas zonas del destino cada vez más alejadas de los lugares emisores de turistas. La construcción de alojamientos es el mayor transformados del paisajes y de los usos del suelo y la actividad turística pasa a ser el factor dinamizador de las economías locales. Su expansión está limitada por la disponibilidad del suelo, aunque también esta ligado a las posibilidades de mercado y al desarrollo de infraestructuras porque en general el turista exige las mismas comodidades que en su lugar de residencia habitual. Normalmente el desarrollo turístico conlleva un declive de las actividades tradicionales y una urbanización acelerada, y como consecuencia de ello la población de estos núcleos crece rápidamente sobretodo aquellos que se ven más tocados por la moda (por ejemplo Marbella en el periodo de 195–1991 multiplicó la población por 8,7, y Benidorm paso de tener 2.726 habitantes en 1950 a 75.322 en 1991).

Los núcleos turísticos litorales pueden surgir e forma espontánea o como grandes operaciones planificadas que cuentan con el apoyo del ayuntamiento, aunque en España, lo más común es que surjan sin ninguna planificación o con una muy laxa y con una actitud municipal muy complaciente. Este desarrollo rápido tiene unos desarrollos no muy buenos, los cuales desatan unos problemas:

- Problemas de saturación, ya que se construye muy intensamente, produciendo posteriormente problemas de saturación como en el aparcamiento, en la utilización de las infraestructuras...
- El deterioro ambiental y físico porque se cometen excesos en un medio frágil como es el litoral.
- El déficit de equipamientos, infraestructuras y de servicios como el agua potable, los desagües...
- Los problemas de gestión municipal, agravado por la estacionalidad de la demanda (que es el principal problema).

Estos problemas son comunes, al igual que su evolución, en todos los núcleos turísticos del litoral.

En un mismo sector litoral pueden surgir modelos específicos y diferenciados de la combinación de diversos sectores:

- De la estructura económica y territorial preexistente,.
- La aceptación del desarrollo turístico por parte de la población.
- La velocidad del proceso, ya que no es lo mismo una construcción rápida y masiva que una lenta y pausada.
- La accesibilidad.

Además de todo esto también actúa el carácter espontáneo o planificado, el desarrollo extensivo o intensivo y el tipo de alojamientos predominantes (segundas residencias, hoteles...). Los modelos litorales planificados de forma integral crean espacios con infraestructuras y servicios, mientras que en los espontáneos predomina el desorden y la descomposición del núcleo turístico.

El desarrollo masivo del mediterráneo está marcado por una serie de hechos:

- La homogeneización de las formas.
- La primacía del sol y la playa como motivos de atracción, aunque genere problemas de estacionalidad y de competencia.
- Una fuerte concentración espacial, ya que solo ocupa una estrecha franja cerca de la playa.
- El desarrollo turístico mediterráneo ha roto la anterior organización del

territorio y de las actividades económicas.

- Las últimas décadas del siglo XX han visto una ampliación de las zonas turísticas mediterráneas al sur del mar, por la cota africana, ya que estos países ofrecían exotismo y una buena relación calidad-precio.

El desarrollo turístico del mediterráneo se vio turbado en la década de los 80 por la incorporación al turismo litoral internacional del Caribe y del Sudeste asiático. Estos dos nuevos espacios ofrecen exotismo, calidad ambiental (ya que están poco poblados), una excelente relación calidad-precio y un equipamiento moderno y de calidad. Todo esto les ha convertido en una competencia para los centros turísticos tradicionales. Para recuperar la demanda, el mediterráneo tradicional, puso en marcha proyectos relacionados con la oferta de alojamientos y en la creación de complejos turísticos integrales fuera de las zonas más degradadas. Así surgen a mediados de los 80 proyectos turísticos vinculados a promociones inmobiliarias y a ofertas complementarias, principalmente golf y atracciones náutico-deportivas, en el caso español las primeras se dieron en la Costa del Sol y en la Costa Brava (Port Bou y Llança). También aparece lo que comúnmente se conoce como multipropiedad, es decir, vender el uso de una vivienda secundaria durante un plazo de tiempo. Estas estrategias son ofertas estandarizadas e idénticas, además que estas propuestas también se masifican. De todos modos se ha observado que pese a la competencia la demanda turística del mediterráneo está consolidada, ya que se beneficia de la imagen de fundador de este tipo de turismo, además de precios bajos. El gran problema que plantea el mediterráneo, el cual es de difícil solución, es la fortísima estacionalidad, ya que esta va más allá de la estacionalidad climática. Esta estacionalidad se ha intentado paliar mediante estrategias de captación de nuevos mercados, como el subvencionar el turismo de personas mayores al litoral en temporadas bajas.

A finales del siglo XX se ponen en marcha una serie de estrategias de reestructuración, las cuales pretenden cambiar la imagen saturada del mediterráneo. Estas estrategias necesitan un acuerdo entre los distintos agentes, ya que se basan en el sacrificio del beneficio inmediato por un desarrollo sostenible. Estas estrategias pasan por la recuperación de la calidad ambiental, la restauración de áreas en declive a través de la gestión ambiental (aguas, desagües y actuar sobre residuos) y restaurando y protegiendo los recursos ambientales y culturales. Otra estrategia consiste en crear nuevas pautas en la oferta turística poniendo límites e intentando reordenar las áreas saturadas. Una tercera estrategia sería la diferenciación del litoral mediterráneo utilizando los recursos culturales e incorporando el traspais como zona de ocio, por lo que se expandirían al interior los beneficios del turismo. La última estrategia y quizás la más importante es la creación de nuevos espacios independientes y creados de forma integral siguiendo las distintas estrategias, aunque esto necesite grandes espacios libres. Esta estrategia es muy difícil que se de en el mediterráneo europeo ya que está sobresaturado, aunque sí que puede darse en el mediterráneo africano, como la isla tunecina de Djerba, aunque esta zona aún no tiene un claro mercado.

Las perspectivas del turismo litoral son buenas, ya que no se encuentra en crisis, aunque esto no significa que algunos destinos si lo estén. Las mejores perspectivas de futuro las tienen las orillas sur y oriental del mar mediterráneo, ya que ofrecen el carácter de nuevo mercado, lo cual significa exotismo, buena relación calidad-precio y de momento baja densidad. Hoy por hoy el Caribe y el sudeste asiático tienen en su contra el factor distancia, lo que encarece el viaje, al menos desde el punto de vista europeo.

- *El turismo rural* a menudo se confunde con el de espacios naturales, con el que comparte demanda, canales de comercialización, etc., aunque también tienen rasgos distintos. Algunos economistas y algunos geógrafos denominan el turismo rural como turismo alternativo, aunque este turismo no llega aún a ser alternativo, al menos en cuanto a demanda se refiere.

Este turismo surge en el siglo XIX como una reacción al estrés y a la solidez de las ciudades industriales. En Europa los primeros lugares de turismo rural se localizaron en los Alpes, mientras que en América se dio en las montañas rocosas, aunque este tipo de turismo no se desarrolló hasta el último tercio del siglo XX, fundamentalmente por el desarrollo del ecologismo y de la mercantilización de la naturaleza. No existe una

definición universal de turismo rural, aunque se puede aceptar que es la actividad turística que se desarrolla en el medio rural y cuya atracción fundamental es la búsqueda de atractivos asociados al descanso, al paisaje, a la huida de la masificación en consecuencia son el conjunto de alojamientos, zonas culturales, etc., que se dan en zonas de economía predominantemente agraria. Aunque no todo el turismo que se da en estas zonas rurales puede considerarse turismo rural, ya que muchas veces el turismo urbano puede trasladarse a estas áreas por motivos económicos y de espacio, por lo que hay que distinguir entre turismo rural y turismo en medio rural. Tampoco podemos olvidar que el turismo en general tiene un efecto urbanizante, por lo que si el turismo rural se masifica, deja de ser rural y pasara a ser urbano. Os También hay que decir que este turismo debe armonizar sus intereses, los del medio rural y los de la población local, lo cual no es fácil ni genera conflictos.

En el mundo desarrollado el mundo rural vive desde los años 60 un declive demográfico y económico, el cual es consecuencia del descenso de las rentas agrarias y del ascenso de las industriales. Como consecuencia de la baja rentabilidad de la agricultura se ha producido un éxodo rural hacia las ciudades, cuyas consecuencias ha sido una reducción de la población rural y su envejecimiento. La última consecuencia de este éxodo ha sido la desaparición de los servicios tanto públicos como privados, en el caso de los privados es porque ya no daban beneficios en zonas prácticamente deshabitadas.

Este declive coincide con la etapa de desarrollo masivo del turismo, principalmente del de sol y playa, el cual funciona como un motor de desarrollo económico, por lo que se ha observado que el turismo sería un buen motor para desarrollar las zonas rurales. La UE promueve este tipo de turismo mediante ayudas, como las de desarrollo rural en el apartado de agroturismo, como una fórmula de freno para el éxodo rural. Esta política concede ayudas al turismo rural, para remodelar casas, construir servicios... Estas ayudas se enmarcan en las ayudas agrarias y en las regionales, y contemplan al turismo rural como una alternativa a las actividades agrarias. El crecimiento del turismo rural es bastante arriesgado ya que no tiene afluencia fija. También hay que señalar que la mayor parte de los alojamientos rurales no tienen ningún control, exceptuando los hoteles, los cuales son una minoría.

Las principales características del turismo rural son:

- La no inclusión en los circuitos comerciales.
- El predominio de los desplazamientos en medios de transportes particulares (automóvil principalmente).
- Es un turismo mayoritariamente nacional.
- Los viajeros tienen un buen nivel cultural.
- Tienen un gran concentración temporal, la cual se concentra en verano y en unos determinados fines de semanas y festivos. Esta concentración temporal, junto con el pequeño número de plazas hace que los beneficios sean un complemento y no una forma de vida.

En Europa los dos países donde el turismo rural ha alcanzado un mayor desarrollo son Gran Bretaña y Austria, en los cuales al menos el 10% de las explotaciones agrarias ofertan plazas turísticas. También hay que señalar que el turismo rural se está intentando desarrollar en países subdesarrollados, principalmente en los latinoamericanos, mediante micro créditos a mujeres, con los objetivos de complementar las rentas agrarias y de conceder cierta independencia a las mujeres.

◇ *El turismo de espacios naturales o de montaña* se diferencia del turismo rural en la singularidad de los recursos y en las motivaciones y conductas de los turistas. Tradicionalmente en Europa las regiones de montaña se han considerado como las más naturales. En la montaña se desarrolla el turismo de nieve, cuya explotación e impacto medioambiental lo aleja del turismo de espacios naturales y lo acerca al turismo masivo, ya que este tipo de turismo conlleva una fuerte antropización del paisaje. Por lo tanto el turismo de nieve no entraría como turismo de espacios

ambientales.

El turismo de espacios naturales por excelencia sería el llamado ecoturismo o turismo verde, y por principio excluye todo desarrollo urbano. Se distinguen varios tipos de practicantes de este turismo, como:

- Montañeros, los cuales buscan un reto físico en la naturaleza.
- Naturalistas y admiradores de la naturaleza, que están interesados en aspectos concretos.
- Campistas que buscan un lugar agradable pero con comodidades.
- Turistas ocasionales, que son gente que participa de la naturaleza como parte de un viaje más amplio.

El turismo de espacios naturales debe ser respetuoso con el medioambiente, en cuanto a la construcción, en cuanto a las actividades de los turistas... El ecoturismo en algunos casos es la primera fase, ya que después de el ecoturismo se amplía la oferta. Además hay gente que dice que el turismo verde no se proyecta igual sobre todos los espacios naturales, por lo que se opta por proteger las zonas más cercanas a grandes masas de población.

Tampoco hay que olvidar que este turismo es el resultado de la consideración de la ecología de dos maneras diferentes, de una parte como ideología y de otra parte como mercancía, por lo que cuando llega a considerarse mercancía se somete a promoción y a la moda.

Evaluar el ecoturismo a nivel mundial es difícil, ya que predominantemente es de carácter nacional. Este turismo es minoritario, aunque está creciendo, llegando en algunos lugares del mundo a considerarse de masas, como es el caso de Kenia, el cual es el primer receptor de ecoturistas a escala mundial. Aunque también destacan los visitantes que reciben los parques naturales estadounidenses de Yellowstone y Yosemite, las cataratas del Niágara, y actualmente también se están incorporando a este tipo de turismo Tanzania y Costa Rica.

◇ *El turismo urbano y metropolitano.* La ciudad por su complejidad formal, por su historia y por su cultura es un destino turístico muy atractivo, y además está en expansión. En el mundo el principal emisor de turistas es Alemania, mientras que Francia es el principal receptor. Hay tres grandes tendencias que desarrollan el turismo urbano desde finales del siglo XX:

- Espectacular desarrollo de la movilidad recreativa.
- La atracción que suponen los recursos culturales e históricos (museos, festivales...), los cuales se asientan siempre en las ciudades.
- La regeneración del espacio urbano, sobre todo en regiones con larga historia. En el último cuarto del siglo XX se ha mostrado un elevado interés por el centro histórico.

La ciudad a diferencia del resto de turismos no es un destino convencional, ya que permite prácticas turísticas diversas con una baja estacionalidad. Las principales prácticas son:

- Las prácticas recreativas que incluyen entretenimientos, gastronomía, compras y la vida nocturna. Son prácticas que se pueden realizar sobre los recursos con los que cuenta la ciudad o a base de recursos que se realizan para atraer turistas.
- Prácticas profesionales como congresos, seminarios, ferias de muestras, visitas a clientes o estancias de formación.
- Prácticas deambulatorias, el simple paseo por la ciudad lo cual no implica el

consumo.

- Prácticas sanitarias o educativas.

Y también pueden distinguirse los siguientes tipos de turistas:

- Visitantes de corta duración.
- Los que utilizan la ciudad como centro de actividades.
- Los visitantes de larga duración.

Dentro de la oferta turística también se puede distinguir varios tipos de oferta:

- Equipamientos primarios ! componentes materiales directamente relacionados con la capacidad, de los cuales también se distinguen tres tipos:

- Atracciones culturales (museos, monumentos...);
- Atracciones profesionales (palacios de congresos, ferias de muestras...);
- Atracciones recreativas (salas de espectáculos, parques de atracciones...).
- Equipamientos secundarios ! Estos incluyen a los hoteles, a los restaurantes, a los comercios y al transporte.

Desde el punto de vista del turista la ciudad tiene tres lecturas:

- Espacios de interpretación histórica de la ciudad.
- Lugar de consumo de bienes y servicios.
- Espacio cultural basado en la singularidad o bien en la pluralidad.

A estas tres lecturas habría que añadir la función de atracción para reuniones laborales, la cual es la más interesante, por las posibilidades de consumo que generan. Este tipo de turismo explica el auge de las ferias de muestras y de los palacios de congresos.

Mayoritariamente son las metrópolis y las capitales de provincia las que atraen a una mayor cantidad de turistas. Las que no están localizadas en lugares estratégicos y bien comunicados intentan atraer a turistas mediante el equipamiento profesional y mediante la realización de eventos culturales.

Hay que añadir que los turistas hacen un uso selectivo y espaciado de la ciudad, cada visita está condicionada por el tiempo disponible, por la movilidad y por el conocimiento previo de la misma, de la ciudad, y además hay que decir que solo se visita una parte de los recursos de la ciudad.

El turismo frecuentemente provoca conflictos con la población, un ejemplo de ello son las prohibiciones que se implantan en las ciudades históricas, las cuales afectan del mismo modo a turistas que a residentes. Estas ciudades (históricas) al tener un alto poder de atracción rehabilitan sus cascos antiguos y los protegen, principalmente para obtener la declaración de patrimonio de la humanidad, lo cual implica prestigio internacional y la obtención de ayudas económicas por parte de organismos internacionales.

7. Localización geográfica. Los grandes flujos turísticos.

A escala mundial existen unos espacios o unos focos muy destacados, mientras que unos son focos emisores de turistas otros son focos receptores. También existen lugares con poca o ninguna intensidad turística. Así distinguimos entre focos mayores y entre focos menores, de esta forma los menores pueden ser a su vez de carácter moderno o tradicional. Por lo que el turismo puede ser interregional (entre regiones) o intraregional (dentro de la misma región).

A otras escalas se pueden distinguir entre lugares concretos, los cuales, al igual que las regiones, se caracterizan por tener una base turística (como el litoral, un balneario, la montaña...), por su magnitud (la oferta turística existente y la frecuentación) y por su grado de madurez en el desarrollo además de su especialización. La región turística, según Lozato–Giotart (1987), es un área con una alta densidad de frecuentación turística y con una imagen que la caracteriza. A menudo la región turística se confunde con un marco natural (como el mediterráneo), aunque también suele confundirse con unidades político–administrativas, principalmente por razones prácticas como las estadísticas y porque cada unidad político–administrativa desarrolla su organización.

El recurso turístico lo forman todos los elementos naturales, todas las actividades humanas y por sus resultados, y se caracteriza por ser capaz de mover o generar un desplazamiento por motivos de ocio. Mientras que el producto turístico es lo que percibe y utiliza el visitante durante su estancia por motivos de ocio. Las actividades turísticas no se reparten homogéneamente por el espacio, sino que hay una concentración que favorece al foco. Los factores que influyen en la especialización son numerosos y variados, y afectan de modo distinto según la escala. Así se pueden distinguir factores naturales, factores humanos y factores técnicos:

◇ Factores naturales ! El paisaje turístico, como resultado del paisaje físico y de la cultura, además de la propia percepción del turista. Dentro de estos factores influye:

- La imagen turística a veces esta idealizada, es decir, en ocasiones se crea una imagen que no depende del medio físico, sino que es artificial. En función del papel turístico, los sitios pueden clasificarse en:
- Los sitios decorado natural son lugares no urbanizados que por si solos justifican la visita, como las cataratas del Niagara.
- Los sitios decorado natural parcialmente urbanizados son los que cuentan con una base histórica, cultural o deportiva anterior, como los paraje pre–colombinos de América latina.
- Los sitios envoltorio son la variante residencial de un espacio turístico natural, en el que se explota el tipismo, como el pueblo prototipo mediterráneo.
- Los sitios decorado urbano son los que coinciden con clichés turísticos, aunque son estrictamente urbanos, como el Parthenón de Atenas, o la Torre de Pisa.
- Los sitios postizos son los lugares creados por una ordenación orientada expresamente para el turismo.
- Los imperativos climáticos. El clima es un factor determinante, tanto para el turismo de sol y playa como para el turismo de invierno. El clima, además, tiene trascendencia a nivel local afectando al turismo cultural y creando la estacionalidad en muchas zonas turísticas. El clima también puede ser un factor indispensable (sol y playa) o limitante (como las lluvias torrenciales), aunque no es un elemento suficiente de atracción turística, aunque puede favorecer a las regiones soleadas próximas a regiones emisoras de turistas.
- La vegetación y las aguas (fitoma e hidroma). Esto no afecta más que a las excursiones a parques naturales o al turismo verde. En la mayor parte de los casos, la vegetación es importante, aunque no determinante. La vegetación puede ser un obstáculo para el turismo. En muchas zonas la vegetación ha sido eliminada completamente para el uso turístico, lo cual no impide que los incendios forestales sean catastróficos para la imagen turística del lugar.

◇ Factores humanos ! Son los que provienen directamente de la interacción del hombre. Entre ellos encontramos:

- El arte y la cultura. Para hablar de este factor tenemos que remontarnos a los siglos XVIII Y XIX, en los cuales el veraneo tenía una motivación social y cultural, pero con la masificación del turismo en el siglo XX esta situación cambió. El turismo en el siglo XX se designa mediante tres eses, sun (sol), sea (mar) y sex (sexo), y aunque el recurso de la cultura es fuerte, este no caracteriza a muchos lugares.

Cuando el patrimonio cultural se considera insuficiente se promueve el arte y la cultura mediante exposiciones de arte, festivales de teatro y cine, bienales, etc, los que son capaces de mover a la población.

- La religión. La peregrinación fue uno de los primeros flujos turísticos, aunque solo fuera porque incluía un viaje, la estancia y mucha actividad económica entorno a ella. Algunos ejemplos de peregrinaciones se dan en la Meca, Santiago de Compostela, Fátima, Jerusalén...
- Los atractivos paraculturales en ocasiones originan notables flujos turísticos, al mismo tiempo que confirman centros turísticos originales, así es el caso de los parques temáticos Disneyland de EE.UU., los cuales actuaron como focos de atracción de turistas, mientras que la localización del parque Disney europeo se decidió ponerlo en la ciudad más turística del continente y a la cual no le hacía falta atraer a más turistas.

Una conmemoración o un símbolo solo son un atractivo para las personas que comulgan con esa idea, como los valles de los caídos... Así todos estos atractivos a los que hemos denominado paraculturales suelen formar parte de espacios de ocio y solo adquieren el carácter de turístico cuando atraen a turistas extrarregionales o internacionales.

- Los deportes, negocios y congresos:
 - El desarrollo del deporte ha favorecido a muchas zonas turísticas. Los primeros fueron los grandes premios automovilísticos (Le Mans, Imula e Indianápolis) los cuales atraen a miles de turistas. Este tipo de montajes deportivos representa una frecuentación episódica, por lo que los beneficios tienen un marcado carácter estacional, ya que se concentran en un corto plazo de tiempo. Otra competición que tiene mucha influencia en el turismo son las Olimpiadas, las cuales son la competición por excelencia.
 - Las reuniones profesionales son muy antiguas, aunque es durante el siglo XX cuando al carácter profesional se le añaden manifestaciones turísticas. Estas manifestaciones turísticas se manifiesta en la elección de localidades donde realizar las reuniones, y la realización de actividades complementarias a las reuniones, las cuales dejan bastantes beneficios. El turismo de negocios se caracteriza por:
 - ◆ Tiene predilección por ciudades modernas con estructuras de acogida.
 - ◆ Tiene un nivel de gasto elevado (dos o tres veces mayor que el de un turista tradicional), ya bien sea porque paga la empresa o porque las personas que se reúnen tienen un nivel económico elevado.
 - ◆ Las reuniones, los congresos y/o ferias de muestras tienen un carácter publicitario de carácter regional, nacional e incluso internacional que beneficia a las empresas.

Normalmente el turismo de negocios y congresos escoge localizaciones turísticas conocidas, y dentro de estas localizaciones se sitúan en lugares específicos (recintos fériaes, palacios de congresos, hoteles...).

◇ Factores técnicos:

- Desplazamiento y transporte. El desarrollo del turismo de masas debe gran parte de su expansión al avance de los transportes (abaratamiento, comodidad, rapidez, seguridad...). Así el transporte influye en el destino, ya que tiene importancia el tiempo de viaje necesario y el coste económico del transporte.

De este modo el transporte incide en el éxito del turismo, aunque no lo garantiza. Los medios de transporte también se ven influidos por el turismo, ya que se adaptan a las necesidades del turismo. También hay que decir que los grandes flujos turísticos coinciden con los grandes flujos de comunicación.

– Los alojamientos y servicios turísticos se han adaptado a la diversidad social de los turistas. El alojamiento ocupa un lugar variable, ya que según el tipo de turismo puede ser un servicio básico o puede adoptar altas dosis de confort y/o tecnología. En los últimos 15 años además de crecimiento del equipamiento de acogida se ha producido la multinacionalización de los grandes grupos hoteleros, lo cual es la adaptación del turismo a la nueva economía.

El predominio de los países desarrollados a nivel mundial del turismo es absoluto, llegando a concentrar el 90% de las formas de alojamiento. Además los centros urbanos y las regiones turísticas de Europa Occidental y Norte América tienen una primacía. Y fuera de los grandes centros turísticos, incluidos los países en vías de desarrollo, encontramos alojamiento vinculado a las grandes cadenas y complejos internacionales.

PRINCIPALES FLUJOS Y REGIONES TURÍSTICAS.

Estimaciones realizadas en 1995 dan una cifra de 5.000 millones de viajes a escala mundial, los cuales movieron unos 3 billones de dólares, aunque en ambos casos apenas el 12 % era de carácter internacional. Por lo que para analizar la distribución geográfica se utiliza el número de viajeros.

De este modo *la principal región* turística a escala mundial es *Europa* (principalmente la zona occidental, incluyendo el mediterráneo y las islas Británicas). Esta región se caracteriza por una fuerte estacionalidad.

La segunda región es *América del Norte, América Central y las Antillas*. En esta región tiene una mayor importancia los flujos internos, lo cual no quiere decir que no hayan flujos externos, como los estadounidenses y canadienses que se dirigen a Méjico y a Europa. Este turismo tiene una baja estacionalidad y una menor concentración espacial, ya que es más amplio.

La tercera región turística es la cuenca de Asia Oriental–Pacífico, en la cual se encuentran países como Japón, Australia y Nueva Zelanda, los cuales son grandes emisores de turistas. Esta región es la más reciente, y surge por la combinación del turismo de sol y playa con culturas exóticas, además se aprovechó de la saturación de otras regiones. Hay que destacar que Japón es un gran emisor de turistas, mientras que es un receptor modesto, tal vez por sus elevados precios.

Así de este modo se observa que las tres principales regiones turísticas son litorales.

Hay que señalar que los grandes flujos tienen un carácter regional, es decir, que la mayor parte de la afluencia de turistas procede de la misma región a la que pertenece la zona visitada, por ejemplo el 84 % de los turistas que visitan Francia son europeos, y dentro de los europeos un 20% de ellos son alemanes.

Dentro de las regiones turísticas, encontramos otros lugares menores que están debilitados por la gran distancia a los focos de emisores. Por lo que hay que señalar una serie de zonas turísticas de carácter secundario. De este modo encontramos las siguientes regiones turísticas de carácter secundario:

- El *África negra* es una zona con unos destinos muy originales aunque están en manos de los grandes tour–operadores. Aunque los costes de la estancia, la débil capacidad de la acogida y los imperativos climáticos hacen muy difícil el turismo, además de todos estos problemas hay que añadirles la inestabilidad política de la zona. Esta región principalmente recibe turistas de Europa occidental, los cuales permanecen poco tiempo. Y los principales destinos son Kenia, Zaire, Senegal...
- *Latinoamérica* es otra de las regiones turísticas secundarias, aunque solo recibe flujos marginales que tienen como destino Brasil, Argentina, Chile y Uruguay, y cuyo origen es EE.UU.. A estos destinos les influye mucho la distancia de los focos emisores de turistas.
- En Europa también encontramos regiones secundarias. Un primer ejemplo es *Irlanda*, la cual tiene desde 1975 (desde la conexión de la isla, mediante ferrys, a Reino Unido y a la Península Escandinava) un flujo de turistas procedentes del Reino Unido y de Escandinavia. El otro ejemplo lo

encontramos en *los tres países escandinavos*, los cuales únicamente atraen a turistas de origen británico y alemán por la cercanía. Esta región no atrae a turistas del resto de Europa principalmente por el clima y los elevados precios de la región.

- La última región secundaria que encontramos son las llamadas islas de oro, estas islas son una serie de archipiélagos del Pacífico y del Índico que se han convertido en un destino exótico para una población de cierto nivel económico.

De esta distribución se deduce que:

- Los flujos mayores están vinculados a los países desarrollados.
- El desequilibrio entre países desarrollados y países subdesarrollados también existe en el turismo.
- Las imágenes turísticas juegan un papel muy importante en el turismo.
- Estadísticas y realidad a veces no coinciden, sobre todo cuando la estancia es inferior a 24 horas.

Los principales países turísticos se mantienen en los últimos años. Aunque se observa en los últimos años un ascenso de los países asiáticos y de los excomunistas. También puede observarse en el ranking de los países más turísticos un descenso de los países centro europeos, tal es el caso de Suiza y Austria. Por lo que afecta a los ingresos, estos aumentaron en las zonas más exóticas mientras que descendieron en las tradicionales. Así la mayor parte de los ingresos del turismo proceden y se quedan en los países desarrollados.

8. Impacto territorial del turismo. Conflictos. Políticas.

El turismo necesita equipamientos exclusivos que generan paisajes turísticos, por lo que el turismo altera a los paisajes, del mismo modo que genera beneficios económicos. También hay que añadir que como el turismo es la actividad más reciente, es la actividad que más huella ha dejado en el paisaje.

Así los cambios que produce, son proporcionales a la concentración y al tamaño de las aglomeraciones, aunque hay excepciones relacionadas con la fragilidad del medio. La polémica ecologista sobre el turismo oscila entre los conservacionistas del medio natural y los empresarios especuladores, que conociendo la escasa capacidad de respuesta de las áreas marginales hacen un uso salvaje del espacio.

Una parte importante de la oferta turística descansa sobre atractivos del medio físico, aunque la presión urbana puede ser tan fuerte que puede acabar con estos atractivos, aunque en algunas ocasiones el acondicionamiento para el turismo hace habitables zonas que hasta el momento eran inhabitables. Si hay que destacar un medio físico es *el litoral*, ya que en él se producen varios impactos:

- La contaminación de las playas mediante residuos sólidos y/o líquidos. En esta contaminación tienen mucha importancia las industrias y los productos químicos que se usan para la agricultura.
- La construcción de diques para puerto deportivos afecta a las corrientes marinas, es decir, pone en peligro la pervivencia de algunas playas.
- La construcción masiva (hoteles, campings...) puede provocar la privatización del litoral, sustrayéndolo del uso público. La construcción masiva también produce el efecto de marbellización, es decir, construir elevados bloques de apartamentos en primera línea, lo cual frena las brisas marinas, y por lo tanto afecta a la dinámica natural del litoral. En el caso del litoral mediterráneo, la sequía estival y el poco caudal de sus ríos ha provocado la sobreexplotación de las aguas subterráneas, lo cual ha causado una salinización de esta agua.
- Las urbanizaciones desecan zonas húmedas de marismas y humedales convirtiéndolas en zonas atractivas para el turismo.

Las *áreas de montaña* son áreas deprimidas cuya posibilidad de supervivencia es el turismo. Aquí además de las segundas viviendas hay que destacar las estaciones de ski, que normalmente van acompañadas de una serie de obras de acondicionamiento que poseen una gran capacidad de alteración del paisaje, y cuyas

consecuencias más graves son:

- Ruptura de las vertientes al construir las infraestructuras.
- Deforestación.
- Alteración de la fauna.
- Destrucción de zonas de pastos por la impermeabilización de terreno.
- Contaminación por vertidos incontrolados al terreno, los cuales son muy frecuentes en zonas cercanas a un cauce y poco pobladas o deshabitadas.

Todo esto puede acabar con el turismo complementario que se da en estas áreas, las cuales sufren una gran estacionalidad. Este turismo, pese a su estacionalidad, registra grandes ingresos, por lo que es muy indicado para compatibilizarlo con otras actividades, como la ganadera. También hay que reconocer que si los ecosistemas se degradan con la presencia del hombre, estos también se degradan con su ausencia.

TURISMO, POBLACIÓN Y EMPLEO.

La influencia del turismo sobre la población depende de una serie de factores. Un incremento rápido del turismo es prácticamente imposible que vaya acompañado de las infraestructuras y equipamientos necesarios. Ejemplos de crecimiento turístico hay muchos y muy diferentes:

1960 ! 200 habitantes

Cancún

1990 ! 50.000 habitantes

1960 ! 8.000 habitantes

Andorra

1990 ! 56.000 habitantes

El turismo no siempre es tan beneficioso, ya que muchas veces este tiene una marcada estacionalidad, lo cual afecta al empleo, es decir, genera mucho empleo en los meses turísticos, mientras que en los meses con poco turismo no solo no se genera empleo, sino que se pierde. Aunque hay que añadir que un factor bueno del turismo es que aunque no atraiga población a la zona, por lo menos frena las emigraciones.

La emigración de jubilados a las llamadas sun city conllevan problemas sociales y culturales, destacando los sanitarios, ya que son un tipo de población que requiere muchos cuidados, y que tienen unas necesidades distintas a las de la población común de la zona.

Características de empleo turístico:

- Eventualidad.
- Estacionalidad ! como la demanda está muy polarizada en el tiempo, el empleo está muy estacionalizado.
- Feminización ! las mujeres trabajan para complementar las rentas familiares, aunque les pagan menos por su trabajo.
- Polarización en ramas concretas ! servicios sin cualificar que están proporcionadas por microempresarios o autoempleados.

Lozato–Giottart hizo en 1985 hizo una estimación que decía que por cada habitación hacía falta 1.5 empleos,

aunque las multinacionales del turismo y la hostelería familiar llegan a reducirlo a 1 empleo por cada habitación. Y para las segundas viviendas saca la relación de 1 empleo por cada 12 plazas. Además por cada empleo directo se crean entre 2 ó 3 empleos indirectos. Y aparte está la economía sumergida, la cual es imposible contabilizar.

El turismo también afecta al empleo de otras actividades económicas, obligándolas a reestructurarse cuando la economía no va bien. Así según la situación previa de la zona el turismo afecta de diferentes formas:

- En regiones con sistemas productivos débiles el turismo puede provocar cambios productivos y emigración de unas actividades a las relacionadas al turismo.
- En otros entornos rurales el turismo ha modernizado el sistema productivo previo con la adopción nuevas técnicas de cultivo y de nuevos productos (intensivos) dirigidos al mercado turístico local, aunque también a mercados exteriores.
- También hay que señalar el impulso que supone el turismo para la construcción. Desde el punto de vista macroeconómico, la aportación del turismo a la economía se calcula mediante la aplicación de multiplicadores al número de visitantes y al gasto medio. El multiplicador mide la relación entre una inyección y la actividad económica que genera.

Efectos del turismo:

- El efecto del turismo sobre la balanza de pago, principalmente en países desarrollados.
- El efecto que tiene sobre la inflación, ya que el turismo aumenta la demanda lo cual hace que aumenten los precios de los productos.
- En zonas con fuerte desarrollo turístico hace que se especule con el suelo. Esto principalmente se da en zonas litorales.
- Tiene un efecto positivo en sectores como la agricultura, la industria y los servicios (transporte, comercio...), ya que ven aumentar su demanda. También ven aumentar sus ingresos a cambio de un aumento de servicios, las haciendas públicas, principalmente las municipales.

Las políticas turísticas tienen que tener en cuenta los elementos económicos, socioculturales, ambientales y la organización del territorio, lo cual es complicado. Por ello, en ocasiones se hace simplemente se deja actuar al mercado. Hay algunos ejemplos de planificación integral, aunque son minoritarios, ya que gran parte del turismo se ha generado de forma espontánea siguiendo la demanda, dejando de lado al medioambiente y construyendo las infraestructuras necesarias. A nivel nacional ocurre algo similar, ya que hay países cuya situación económica les permite ser selectivos en cuanto al turismo se refiere.