

Edi numen

TURISMO CULTURAL Y DE OCIO



TEMA 7

FICHA 7.1 TIPOS DE TURISMO

Al hablar de turismo estamos englobando muchos tipos y subtipos del mismo, pues según sea el motivo de la realización del viaje nos encontramos con ideas tan dispares como el de un viaje cultural a Ávila para ver sus monumentales murallas o un viaje de ocio a Ibiza para disfrutar de sus playas paradisíacas y/o de su glamorosa vida nocturna.

1. En el siguiente cuadro haz las correspondencias que creas más adecuadas:

TIPO DE TURISMO	DEFINICIÓN	EJEMPLOS
I. Turismo de aventura:	1. contribuye a diversificar la oferta de productos y a sostener la economía de las comunidades rurales.	a. danza, folclore, gastronomía, visitas a monumentos y/o museos.
II. Turismo de bienestar:	2. constituido por programas destinados a participantes interesados en conocer las costumbres, historia o arte de un determinado pueblo o región.	b. yoga, <i>workshops</i> , balnearios, <i>spas</i> .
III. Turismo cultural:	3. constituido por programas y actividades con el fin específico de promover la práctica de deportes para aficionados o profesionales.	c. alpinismo, golf, submarinismo, pesca, <i>windsurf</i> .
IV. Turismo deportivo:	4. constituido por programas y actividades con connotaciones de desafío, expediciones accidentadas, que incluyen viajes valientes e imprevistos.	d. escaladas, espeleología, safaris en todoterreno.
V. Turismo de estudio:	5. es un producto propio de la sociedad urbana e industrial cuyas características principales son, entre otras, un turismo de gran escala, concentrado desde el punto de vista de la oferta y masificado desde el punto de vista de la demanda.	e. alojamiento en casas rurales.
VI. Turismo de incentivos:	6. constituido por programas y actividades para el aprendizaje, prácticas o ampliación de conocimientos <i>in situ</i> , en los que participan estudiantes y profesores con profesionales locales.	f. destinos de "sol y playa".
VII. Turismo rural:	7. constituido por programas y actividades desarrollados para mejorar o equilibrar las condiciones físicas o espirituales de un individuo o grupo de personas.	g. cruceros fluviales y marítimos, safaris en todoterreno.
VIII. Turismo convencional:	8. constituido por programas y actividades para empresas u organizaciones, para motivar o premiar a funcionarios y equipos a fin de alcanzar las metas de producción o calidad.	h. antropología, botánica, cocina, idiomas, fotografía, zoología.

I	II	III	IV	V	VI	VII	VIII

2. Te proponemos que elijas diferentes destinos apropiados para cada uno de los tipos de turismo que aparecen en el cuadro anterior. Por ejemplo, Madrid, para poder visitar sus monumentos y museos o Chile, para conocer la Patagonia.

3. El cuadro anterior no está completo. ¿Qué tipos de turismo echas de menos?

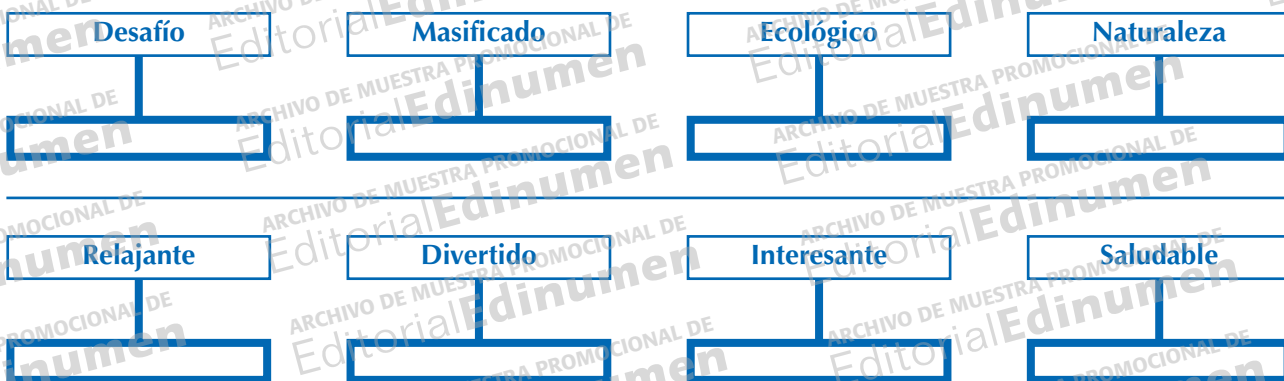
4. Ecoturismo, turismo de ocio, turismo religioso, etc. ¿Crees que ya están incluidos en el cuadro, pero como subtipos o simplemente con otro nombre?

5. ¿En qué tipo o subtipo de turismo encuadrarías los siguientes ejemplos?

1	Un fin de semana en el parque temático de Port Aventura.
2	Un crucero por las Islas Medas que incluya inmersiones para ver los fondos marinos.
3	Una visita al Oceanográfico de Valencia.
4	Una visita al Museo del Prado.
5	Un fin de semana esquiendo en Sierra Nevada.
6	El Camino a Santiago de Compostela.

Puedes ayudarte buscando información en Internet en caso de no conocer o de querer ampliar lo que ya sabes sobre alguno de los ejemplos dados.

6. ¿Qué tipo de turismo te sugiere cada una de las siguientes palabras?



7. Escribid por parejas una propuesta turística que incluya la información que podáis extraer de los anteriores ejercicios como definición, destino, tipo de actividad, tipo de alojamiento y aquellas palabras que mejor describan el tipo de oferta turística que proponéis. Deberéis incluir un gazapo, o sea algo que no se corresponda en absoluto con la típica oferta del tipo específico de turismo que hayáis elegido. Por ejemplo, para una oferta de sol y playa, ofreced la posibilidad de alquilar unos esquís y equipo correspondiente. O para una oferta cultural, ofreced entradas libres para la última atracción en montañas rusas. Los textos no podrán contener más de 25 palabras.

A continuación, intercambiad vuestras propuestas y encontrad los gazapos de vuestros compañeros de clase.

FICHA 7.1.1. UN MINI CONTINENTE TURÍSTICO

Pre-lectura.

1. ¿Qué conoces de Granada?
2. ¿En qué tipo de propuesta turística, según lo visto en la ficha precedente, situarías Granada como destino?
3. Sigue tú solo el modelo del ejercicio 7 de la ficha anterior para proponer una oferta turística en Granada. Incluye también un gazapo, como en el ejercicio que nos sirve de ejemplo, intercambia tu oferta, pero esta vez con tu compañero más cercano. Encontrad el gazapo y después comparad las ofertas con el texto que os presentamos a continuación. ¿Hasta qué punto os parecen correctas, completas, incompletas, etc., las propuestas de vuestros compañeros?
4. Lee el texto.

La provincia de Granada: un mini-continente turístico

La provincia de Granada atesora, en apenas 13 000 kilómetros cuadrados de extensión, una inimaginable cantidad y variedad de atractivos turísticos: la Alhambra, el monumento más visitado de España y uno de los más bellos del mundo; una de las mejores estaciones de esquí de Europa se encuentra en Sierra Nevada; y, apenas a hora y media en coche, se puede cambiar la nieve por las playas de la Costa Tropical, que disfruta de envidiables temperaturas durante todo el año.

TODOS LOS TIPOS DE TURISMO

Esta diversidad de climas, paisajes y atractivos permite calificar la provincia de Granada como un mini-continente turístico. Las posibilidades son múltiples en los 168 municipios de la provincia durante cualquier época del año: turismo cultural y monumental, rural y activo, de nieve y deportivo, de sol y playa, de congresos e incentivos, de ocio, de tercera edad...

La ciudad de Granada embruja al visitante con su historia y monumentos. Ofrece un calendario cultural de primer orden, numerosas fiestas y tradiciones y un animado ambiente propiciado por los más de 60 000 estudiantes matriculados en su Universidad.

Para los amantes de la naturaleza y del turismo rural, la provincia alberga cinco parques naturales y un parque nacional, el de Sierra Nevada. La paz y la tranquilidad que se respira en los pequeños pueblos de la Alpujarra, una comarca casi virgen, invitan al visitante a quedarse para siempre. Otras zonas de interior, como el Marquesado y el Altiplano, ofrecen el increíble contraste de paisajes desérticos, de apariencia casi lunar, con la frondosa vegetación de las serranías que los rodean. El Poniente, en el oeste de la provincia, cuenta con un vasto legado árabe que se advierte en las calles de todos sus pueblos.

Adaptado de *Turismo de Granada*

3. Completa el siguiente cuadro con la información del texto anterior:

Edi numen

atesora gran cantidad
de _____
turísticos

la _____

una de las mejores
_____ de _____

las _____ de la Costa
Tropical

turismo _____ y _____

turismo _____ y _____

turismo de _____
y _____

La provincia de Granada

está calificada como
un _____
turístico porque se
puede practicar

turismo de _____ y _____

turismo de _____
y _____

turismo de _____

5 _____ naturales

1 _____ nacional

alberga

paisajes _____

un legado _____

6. ¿Por qué el texto anterior se titula “Un mini-continente turístico”? ¿A qué se refiere?

7. ¿Puedes mencionar otras ciudades o regiones en las que se concentren también tantos tipos de turismo?

FICHA 7.2. TURISMO CULTURAL

Hablar de turismo es indudablemente hablar de cultura. Los productos turísticos culturales están llamados a desempeñar un papel fundamental en el futuro. Ya lo hicieron en el pasado, lo están haciendo en el presente y queda un importante porvenir abierto ante nosotros y nuestra compleja realidad.

1. El texto siguiente está dividido en cinco apartados. Lee el texto. Luego tendrás que buscar el título más adecuado a cada uno de ellos.

1> Existe una profunda relación entre cultura, turismo y patrimonio. Pero la noción de patrimonio, actualmente, tiene una concepción más amplia e integral. Un concepto que se ha excedido de sus tradicionales límites, de monumentos histórico-artísticos y museos para extenderse y abarcar otras dimensiones menos conocidas como costumbres y otros elementos inmateriales.

2> Hoy más que nunca y de manera decisiva, el patrimonio, encarnación del presente y del pasado, contribuye a conformar la identidad propia de los diferentes destinos turísticos, dotándoles de un carácter diferenciador acorde con los objetivos de singularidad y autenticidad buscados por la demanda.

3> A este respecto, es tan importante el monumento como lo que le rodea: la ciudad. Conocer a los habitantes, su realidad sociocultural y sus proyectos de futuro a través de la presencia activa del turista en las calles y plazas, pasa a ser tan importante como conocer sus museos y monumentos.

4> Para ello, es necesario cuidar la imagen que se ofrece al turista, a través de elementos como la limpieza, seguridad, buena señalización, mobiliario urbano, adecuada iluminación y conservación de los jardines. También, las actividades complementarias tienen mucho que decir: música, danza, folclore, teatro y acontecimientos deportivos como forma de atraer al visitante.

5> La ciudad en sí misma es una realidad integral, constituyendo en este sentido un ecosistema ambiental irreplicable. Ha de explotarse la cultura y el patrimonio con autenticidad, reforzando las diferencias para valorarla y difundirlas, ofertando calidad.

Hay que crear paquetes turísticos culturales, bien diseñados, donde tengan cabida la historia y las tradiciones, que vayan más allá de tópicos y estereotipos.

Adaptado de *Organización Naya*

2. Estos son los títulos, ¿cuál crees que corresponde a cada apartado?

- A Entorno del monumento.
- B Sin salir de la ciudad.
- C Más allá del término “patrimonio”.
- D A tener en cuenta...
- E La identidad del lugar.

3. Selección múltiple. Escoge la opción más apropiada, según el texto.

El concepto de patrimonio:

- a) se reduce al conocimiento de monumentos.
- b) se refiere a las pertenencias de los ciudadanos.
- c) se amplía a campos intangibles.

El turista cultural busca unos destinos:

- a) inesperados e insólitos.
- b) singulares y auténticos.
- c) cautivadores y exóticos.

Lo más importante para el turista cultural es:

- a) visitar únicamente los museos.
- b) conocer la ciudad de punta a punta.
- c) descubrir la realidad sociocultural.

Para atraer al turista cultural hay que:

- a) cuidar la imagen del lugar.
- b) ofrecerle conciertos de música barroca.
- c) organizar campeonatos de baloncesto.

Es necesario crear paquetes turístico-culturales:

- a) monotemáticos.
- b) bien diseñados.
- c) repletos de tópicos.

FICHA 7.2.1. EL TURISMO CULTURAL COMO FACTOR DE DESARROLLO

1. Completa el texto con los siguientes bloques de palabras:

a) patrimonio cultural

b) recuperación urbanística

c) atractivo territorial

d) planificación estratégica

e) desarrollo local

El turismo cultural constituye, hoy en día, un segmento turístico en expansión, convirtiéndose en un importante protagonista de la _____, arquitectónica y funcional de nuestras ciudades. Un producto turístico en el que los consumidores buscan un contacto más directo con el patrimonio y la cultura.

La cultura constituye una fuente directa e indirecta de empleos, proyecta una imagen positiva y contribuye al _____. A este respecto, el turismo cultural ayuda a dotar a los proyectos culturales de un carácter más concreto y da buena prueba de los beneficios económicos que pueden sustraerse del mismo.

Pero ha sido recientemente cuando la Administración ha sido consciente de la importancia del turismo, en general, y del turismo cultural, en particular. Y es, precisamente, en estos momentos, cuando **las Comunidades Autónomas españolas** están efectuando una activa _____ del turismo porque **quieren que el número de turistas aumente, que permanezcan más tiempo en la ciudad, que aumente su gasto turístico y que su experiencia turística sea óptima para que regresen.**

En una ciudad turística, el _____ hay que considerarlo como un elemento más de los ingredientes del producto turístico. Como ha señalado Romero Moragas, "vender el pasado en sus diferentes formas es uno de los principales reclamos del *marketing* turístico". Sin embargo, es una idea actual la de, conscientemente, "poner en valor" todo este patrimonio tanto material como inmaterial.

La cultura invade los ámbitos social y económico, cumpliendo una importante función ante los nuevos desafíos de la comunidad. El sector cultural debería explotarse aún más, con el fin de reforzar y diversificar el potencial de _____ y regional, tanto de las regiones menos favorecidas, como de aquellas afectadas por los cambios estructurales.

Adaptado de *Organización Naya*

2. Fíjate en lo marcado en negrita.

Quieren que...

- el número de turistas aumente.
- permanezcan más tiempo en la ciudad.
- aumente su gasto turístico.
- su experiencia turística sea óptima para que regresen.

3. Ahora, trabajando con un compañero, escribid otros cuatro objetivos que han de lograr las Comunidades Autónomas. Tenéis que usar la estructura: *Quieren que...*

4. Comparad vuestra descripción con la del resto de la clase para ver cuáles son los cuatro objetivos más importantes.

FICHA 7.2.2. ASPECTOS POSITIVOS Y NEGATIVOS DEL TURISMO CULTURAL

El turismo cultural es una actividad que genera impactos tanto positivos como negativos, ya sean ambientales, socioculturales y económicos.

Si partimos de la visión del turismo cultural como una actividad enmarcada dentro de los principios del desarrollo sostenible, encontraremos que se adjudican más aspectos positivos que negativos, no obstante, el no cumplimiento de esos principios, ya sea por exceso o por defecto, genera consecuencias negativas.

1. Escribe el significado de las palabras siguientes.

1	Desarrollo sostenible:	
2	Por exceso:	
3	Por defecto:	
4	Patrimonio:	
5	Valor añadido:	
6	Mercado negro:	

2. Clasifica los factores siguientes según los consideres positivos o negativos:

- Revitaliza el interés de los habitantes por su cultura, expresada a través de sus costumbres, artesanías, folclore, fiestas, gastronomía, tradiciones, así como en la protección del patrimonio arquitectónico y artístico.
- Otorga un valor añadido o de diferenciación en los destinos turísticos ya desarrollados o maduros.
- Provoca “aculturación” en la población receptora, al adoptar esta normas y patrones culturales a través del contacto con los turistas.
- Propicia, en ciertos destinos, un mercado negro de antigüedades o bienes del patrimonio artístico.

- e. Genera recursos para el mantenimiento, protección y mejora de los sitios de patrimonio.
- f. Impulsa la mercantilización extrema de las tradiciones locales, despojándolas de su verdadero significado, convirtiendo la cultura local en un mero objeto de consumo.
- g. Contribuye a atenuar o romper la estacionalidad en destinos cuya oferta principal se basa en productos de marcada estacionalidad (ejemplo: destinos de sol y playa).
- h. Brinda el marco ideal para la promoción de productos y artesanías locales.

Adaptado de Revista Pasos

Factores positivos (puntos fuertes del turismo cultural)

Factores negativos (puntos débiles del turismo cultural)

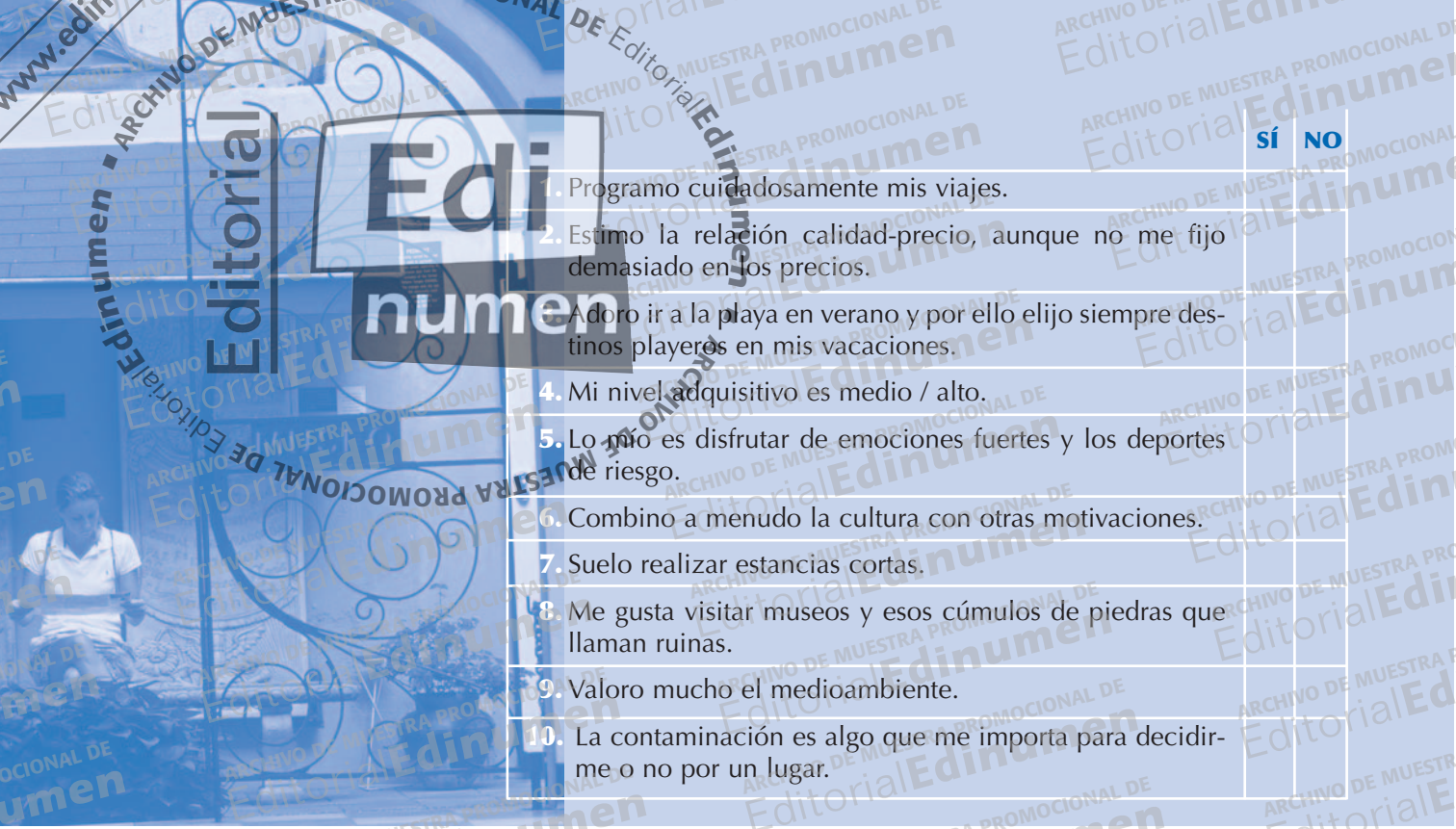
3. Relaciona el verbo con su significado:

1. Revitalizar	a. Incitar, inducir a alguien a que ejecute algo.
2. Otorgar	b. Favorecer la ejecución de algo.
3. Provocar	c. Producir, causar algo.
4. Propiciar	d. Dar empuje o impulso para producir una acción.
5. Generar	e. Dar más fuerza y vitalidad a algo.
6. Impulsar	f. Ofrecer una oportunidad o provecho.
7. Contribuir	g. Conceder algo que se pide.
8. Brindar	h. Ayudar y concurrir con otros al logro de algún fin.

1	2	3	4	5	6	7	8
---	---	---	---	---	---	---	---

FICHA 7.2.3. PERFIL DEL TURISTA CULTURAL

1. ¿Cuáles crees que son las características que identifican al turista cultural?
2. Descríbelo con 5 adjetivos.
3. ¿Crees que es igual en todos los países?
4. Contesta a las preguntas del siguiente test para saber si tu perfil se corresponde o no con el del turista cultural:



1. Programa cuidadosamente mis viajes.
2. Estimo la relación calidad-precio, aunque no me fijo demasiado en los precios.
3. Adoro ir a la playa en verano y por ello elijo siempre destinos playeros en mis vacaciones.
4. Mi nivel adquisitivo es medio / alto.
5. Lo mío es disfrutar de emociones fuertes y los deportes de riesgo.
6. Combino a menudo la cultura con otras motivaciones.
7. Suelo realizar estancias cortas.
8. Me gusta visitar museos y esos cúmulos de piedras que llaman ruinas.
9. Valoro mucho el medioambiente.
10. La contaminación es algo que me importa para decidirme o no por un lugar.

5. Lee el siguiente texto y busca datos que te permitan explicar si el tipo de turista del que se habla reúne o no las características del perfil del turista cultural o si se adapta más a las características del perfil del turista de ocio. Completa los cuadros con los datos que encuentres.



Los jeques árabes fijan Barcelona en su ruta turística por Europa

Barcelona ya es una de las ciudades más atractivas para el exclusivo turismo de los jeques árabes que hacen escala en la capital catalana tras haber pasado por París y Mónaco. Después de residir aquí un mínimo de 30 días, se dirigen a Madrid y Marbella.

Su circuito vacacional dura seis meses y empieza en primavera, cuando en su país pueden llegar a alcanzar 50° C de temperatura. A Barcelona, llegan anualmente en torno a 25 familias procedentes del golfo Pérsico.

“Es imposible cuantificar el gasto de una familia de príncipes árabes”, admite Marta Pons, del departamento de *marketing* del Hotel Arts. Este establecimiento recibe anualmente a unas seis familias, con sus séquitos que en ocasiones pueden superar el centenar de personas. “Son muy cultos”, añade Pons, y recalca en Barcelona atraídos por su encanto cultural y gastronómico. “Su historia es muy distinta” pero son grandes amantes de adquirir nuevos conocimientos culturales en los lugares que visitan”.

“Buscan ofertas de ocio familiar”, detallan desde Turismo de Barcelona, pero también les fascina la combinación de *shopping* (compras) y juegos de azar (casinos). Rechazan las actividades relacionadas con “sol y playa”.

“No suelen ser demasiado exigentes”, sin embargo, desde el sector turístico explican que, en los hoteles, piden una alfombra orientada hacia la Meca para poder realizar sus oraciones. Lo que no debe faltar en sus habitaciones son dátiles, café y té árabe, así como conexión a los canales de televisión árabes.

Adaptado del *Diario de Barcelona*

Edi numen

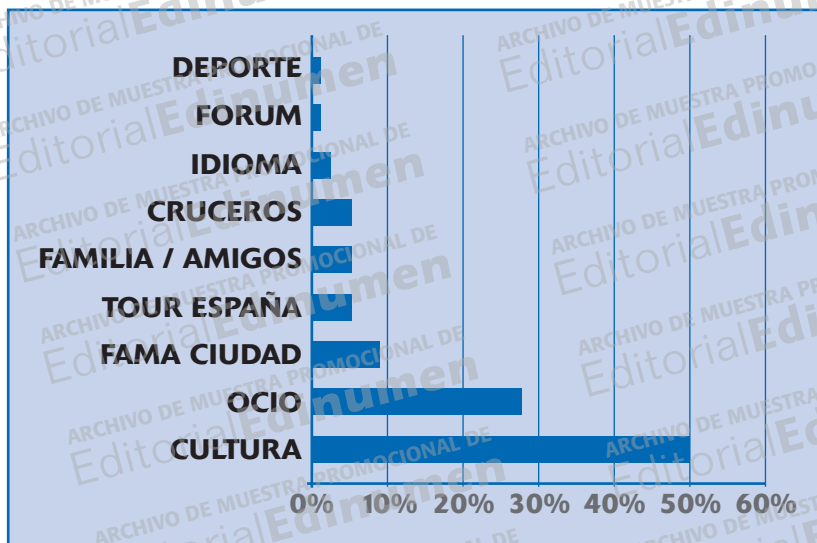
6. Otro modelo de turista cultural.
Lee el siguiente texto:

Joven e interesado por la cultura, perfil del turista TV que visita Barcelona en verano

La agencia de viajes *Barcelona On Line* ha realizado un estudio del que se desprende el perfil del turista que visita Barcelona durante la época estival. De entre las respuestas de los encuestados se concluye que el retrato del turista que visita la Ciudad Condal en verano es el de una persona joven e interesada por la cultura y usuaria de nuevas tecnologías.

En cuanto a edad y nacionalidad, de la encuesta se desprende que un 59% son menores de 35 años y que un 80,3% proviene de Europa, especialmente de Gran Bretaña.

Como respuesta a la motivación que les empuja a venir a Barcelona, la mayoría de encuestados aluden a la cultura en primer lugar, un 50%. En segundo lugar, con un 27%, se sitúan las posibilidades de ocio y la playa. De manera más concreta, Gaudí, la arquitectura, la vida nocturna o "fiesta" y la playa, son los motivos más mencionados.



7. Haz un gráfico sobre el turista que visita tu ciudad o tu país.

8. Compara tu gráfico con el de tu compañero.

FICHA 7.3. EL OCIO

Edi numen

"El ocio no es solo un componente de la calidad de vida, sino la esencia de ella"
(John Neulinger)

Se entiende generalmente al ocio como el tiempo ocupado por aquellas actividades en las que la libertad predomina sobre la necesidad, es decir el tiempo en el cual hacemos lo que nos apetece sin estar obligados a ello.

La concepción de ocio incluye aquellas actividades que la gente hace en su tiempo libre porque quiere, en su interés propio, por diversión, entretenimiento, mejora personal o cualquier otro propósito voluntariamente elegido que sea distinto de un beneficio material.

Se diferencia de la idea de "tiempo libre", en cuanto este es el tiempo del que la persona dispone una vez que se ha liberado de la obligación de trabajar, lo que no implica necesariamente que sea tiempo de ocio. Todas las obligaciones o actividades que –junto con el deber de la ocupación laboral– implican el desenvolvimiento de la vida cotidiana de una persona (satisfacción de necesidades fisiológicas básicas, aseo personal, desplazamientos, compras, atención a familiares, cuidados de salud, etc.) le ocupan un tiempo que no se califica como "trabajo" y tampoco entra en la categoría de ocio.

Fuentes varias

FICHA 7.3.1. OCIO TURÍSTICO

OCIO TURÍSTICO

COTIDIANO:
excursionismo

**SEMANAL /
FIN DE SEMANA:**
estancia corta

ESTACIONAL:
vacaciones

1. Pre-lectura.

¿Qué elegirías hacer en tu fin de semana? Marca con una cruz.

<input type="checkbox"/>	1. Pasarlo en un Parador Nacional.	<input type="checkbox"/>	9. Asistir a espectáculos.
<input type="checkbox"/>	2. Disfrutar del buen tiempo al aire libre.	<input type="checkbox"/>	10. Comer y/o cenar en un buen restaurante.
<input type="checkbox"/>	3. Estar con la familia.	<input type="checkbox"/>	11. Ir de tiendas.
<input type="checkbox"/>	4. Participar en debates filosóficos.	<input type="checkbox"/>	12. Visitar un museo.
<input type="checkbox"/>	5. Bucear.	<input type="checkbox"/>	13. Relajarse y no hacer nada.
<input type="checkbox"/>	6. Compartir actividades con amigos.	<input type="checkbox"/>	14. Tomar un café con amigos.
<input type="checkbox"/>	7. Coger setas.	<input type="checkbox"/>	15. Visitar un Parque Temático.
<input type="checkbox"/>	8. Practicar deportes de aventura.	<input type="checkbox"/>	16. Hacer senderismo.

2. Si tuvieras que elegir solo tres actividades, ¿cuáles elegirías? ¿En qué porcentajes?

ACTIVIDAD	%

3. ¿Qué situación o hecho te podría estropear tu fin de semana?

4. Lee el texto.

La mayoría de españoles desea compartir su ocio con la familia y disfrutar de relax

¿Cómo se imagina un fin de semana perfecto sin preocuparse por lo que cueste? El 90% de los españoles cree que el ingrediente fundamental para tan sonada ocasión es la familia, y más de la mitad sueña con "relajarse y no hacer nada".

Buen tiempo, actividades compartidas con la familia y los amigos, tiempo de relax y un buen banquete son los ingredientes esenciales para disfrutar de un gran fin de semana, según un estudio realizado por KRC Research para MasterCard en doce países europeos.

Del informe se desprende que casi todos los encuestados están de acuerdo en que el principal objetivo del fin de semana es disfrutar con la familia, y los españoles se sitúan como el país más familiar de toda Europa. Además, y contrariamente a la fama internacional de juerguistas, los españoles no vinculan directamente el fin de semana perfecto con salir a divertirse. Países como Croacia, Rumanía o Francia toman la delantera en este aspecto. Y alemanes y checos son los que más declaran desear un fin de semana de buena fiesta con bebida y amigos. "Nuestros fines de semana son algo cada vez más sagrado en la agitada sociedad actual, y la gente procura continuamente hacerlos tan perfectos como sea posible. Es interesante ver que, a pesar de otras presiones, continuamos manteniendo unos fuertes valores familiares para este tiempo de ocio", aseguró José Sirvent, director general de Mastercard Iberia, al presentar el estudio.

En lo que sí responden al tópico los españoles es en situarse a la cabeza de Europa a la hora de valorar el reposo y la tranquilidad como elemento fundamental de un tiempo de ocio "sin precio". Un 52% de los españoles (y un 51% de los rumanos) elige como segunda opción "relajarse y no hacer nada", frente a países como Eslovaquia o República Checa, en los que lo más valorado es "el aire fresco y limpio" (58% de las respuestas) y "una buena comida" (58%), respectivamente.

Sirvent reconoce que "en MasterCard estábamos muy intrigados por las conclusiones que saldrían del informe y hemos visto que, a pesar de que el mundo es cada vez más homogéneo, la diversidad cultural sigue existiendo en Europa y la fórmula de un buen fin de semana sin precio varía no solo de una persona a otra sino de un país a otro". Así, por ejemplo, más del 80% de los checos y polacos está interesado en disfrutar el fin de semana recolectando setas en el bosque, uno de cada cuatro croatas desearía bucear, seis de cada diez polacos iría a bailar, el 16% de los rumanos, participar en un debate filosófico y un 24% de los británicos visitaría museos.

Y mientras que el 12% de los británicos y el 11% de los rusos dice que el alcohol es esencial para un gran fin de semana, el porcentaje baja al 1% entre españoles e italianos. Estos dos últimos comparten además el convencimiento de que el trabajo es uno de los factores que más puede estropear un fin de semana.

Rocío Gutiérrez, la directora de *marketing* de esta firma para España y Portugal, apunta que también hay circunstancias "ambientales" que inciden en las preferencias de ocio de los europeos. "Los europeos sitúan como tercer factor para el fin de semana ideal el que haga buen tiempo (41%), algo que los españoles no mencionan porque suponemos que lo dan por hecho".

MasterCard no es la única compañía interesada en radiografiar los intereses de los ciudadanos para el fin de semana, días en los que mantiene una campaña promocional por ser los de mayor uso discrecional (no ligado al trabajo) de las tarjetas. Calidalia, que agrupa a las mayores empresas españolas de los sectores de alimentación y bebidas y gran consumo, también pregunta a quienes entran en su web: ¿cuál es el fin de semana perfecto? Con los siguientes resultados; el 43% elige un viaje, el 26%, pasarlo en el campo, el 19%, en la playa y el 12%, descansando en casa.

Adaptado de Mayte Rius, *La Vanguardia*

- ¿Puedes explicar la palabra “juerguista”?
- ¿Qué significa “dar (algo) por hecho”, ¿y “tomar la delantera”?
- ¿Recuerdas en qué país de los mencionados en el texto y que aparecen en el cuadro les gusta hacer lo siguiente el fin de semana? (Puede haber más de una opción).

Rumania	Francia	República Checa	Polonia	Gran Bretaña
España	Croacia	Italia	Alemania	Eslovaquia

1. Festejarlo con amigos y bebida.	
2. No hacer nada y disfrutar del relax.	
3. Respirar aire fresco y limpio.	
4. Participar en un debate filosófico.	
5. Disfrutar de una buena comida.	
6. Recolectar setas.	
7. Bucear.	
8. Ir a bailar.	
9. Visitar museos.	
10. Disfrutar de la familia.	

- Ahora escribe 6 frases sobre dónde estuviste y qué hiciste en tus últimas vacaciones. Pero tienes que hacer tres frases verdaderas y tres falsas. Puedes hablar de tus experiencias durante esas largas o cortas vacaciones. Cuando acabes, intercambia tus respuestas con las de un compañero/a y adivina cuáles son las reales y cuáles no. Sigue el ejemplo: *El verano pasado/las Navidades pasadas/el fin de semana pasado...*

FICHA 7.4. TURISMO DE NATURALEZA

Se define como turismo de naturaleza aquel que tiene como principales motivaciones la realización de actividades recreativas y de esparcimiento, la interpretación y/o conocimiento de la naturaleza, con diferente grado de profundidad y la práctica de actividades deportivas de diferente intensidad física y riesgo que usen expresamente el medio natural de forma específica, garantizando la seguridad del turista, sin degradar o agotar los recursos.

FICHA 7.4.1. TIPOS DE TURISMO DE NATURALEZA

El turismo de naturaleza se puede dividir a su vez en tres grupos: turismo rural, turismo ecológico o ecoturismo y turismo de aventura.

1. Lee las siguientes definiciones y escribe a qué tipo de turismo corresponden.

Turismo de aventura

Turismo ecológico o ecoturismo

Turismo rural

a El _____ es un enfoque para las actividades turísticas en el cual se privilegia la preservación y la apreciación del medio (tanto natural como cultural) que acoge a los viajeros. Debido a su rápido crecimiento también se le ve como un subsector de la actividad turística. En su acepción más común implica un viaje ambientalmente responsable a regiones poco perturbadas para disfrutar del medio natural y de la cultura de sus habitantes, promover tanto la apreciación de las riquezas naturales y culturales de los lugares a visitar, y para dar a la conservación un valor monetario tangible, que sirva de argumento con el cual convencer tanto a visitantes como a lugareños de la importancia de la conservación de sus recursos.

b El término _____ se utiliza cuando la cultura no urbana es un componente clave del producto ofrecido. El rasgo distintivo de los productos de este tipo de turismo es el deseo de ofrecer a los visitantes un contacto personalizado, de brindarles la oportunidad de disfrutar del entorno físico y humano de las zonas rurales y, en la medida de lo posible, de participar en las actividades, tradiciones y estilos de vida de la población local. El montañismo, la equitación, el turismo de aventura, los viajes educativos, el turismo orientado al deporte y la salud y el turismo cultural son tan solo algunos ejemplos de actividades que se consideran parte del concepto de este tipo de turismo.

c No ha habido concordancia respecto a la definición de _____. A continuación ofrecemos un resumen que combina diferentes definiciones: la suma de los fenómenos y de las relaciones que surgen de las interacciones de las actividades de _____ con el medio ambiente natural lejos del área de residencia habitual del participante y que contiene elementos de riesgo en el que el resultado o desenlace está influenciado por la participación, escenario y organizador de la experiencia del turista. El propósito específico de este tipo de turismo es participar en las actividades para explorar una nueva experiencia que, por lo general, supone el riesgo advertido o peligro controlado asociado a desafíos personales, en un medio ambiente natural o en un exótico escenario al aire libre (Sung, 1997 & 1996). Se trata de una experiencia significativa inherentemente humana relacionada directamente con un medio particular al aire libre: aire, agua, colinas, montañas, etc. (Darst y Armstrong, 1980).

¹ Adaptado de varias fuentes

FICHA 7.5. TURISMO RURAL

1. Motivaciones para la práctica del turismo rural.

Lee la siguiente lista de diferentes motivaciones para la práctica del turismo rural.

Atmósfera relajada.

Aire fresco y contacto con la naturaleza.

Belleza del entorno.

Lugar poco aglomerado.

Posibilidad de realizar actividades al aire libre.

Posibilidad de contemplar monumentos o arquitectura típica.

Actividades culturales.

Agroactividades (hacer queso, amasar pan...).

Buena comida típica o tradicional.

Posibilidad de convivir con los amigos.

Posibilidad de convivir con la familia.

Posibilidad de relacionarse con la gente del lugar.

Posibilidad de conocer gente nueva.

Posibilidad de viajar con niños.

Posibilidad de descansar.

Independencia y flexibilidad.

Distancia de viaje razonable.

Precio.

- a) En parejas, pregunta a tu compañero cuáles considera más importantes y luego cuéntale cuáles son las más importantes para ti.
- b) Compartid vuestra lista con el resto de la clase y comparad resultados. ¿Podéis llegar a elaborar una lista común?
- c) Según un estudio realizado por Luigi Cabrini, Representante Regional para Europa de la Organización Mundial del Turismo, y presentado en el VII Congreso AECIT sobre Turismo, desarrollo rural y sostenibilidad, estas son algunas demandas del turista rural. ¿En qué apartado de los anteriores se puede incluir cada una? ¿Añade alguna nueva?

Viajar con seguridad.	Disfrutar de música tradicional y espectáculos.
Dormir cómodamente a un precio razonable.	Adquirir artesanía local / especialidades del país.
Servicios limpios.	Contacto personal entre el anfitrión y el turista/ huésped.
Disfrutar de comidas caseras.	Disfrutar de un entorno natural y limpio.
Conocer la historia y la cultura.	Hacer ejercicio, fomentar el bienestar y la salud personal.
Participar en actividades.	

FICHA 7.5.1. TURISMO RURAL: ALOJAMIENTO

La situación de la demanda favorece la aparición de un nuevo modelo turístico basado en la oferta de nuevos alojamientos y actividades mediante el uso y recuperación del patrimonio rural, sus recursos monumentales, naturales y la arquitectura popular.

1. Te presentamos los principales tipos de alojamientos del turismo de naturaleza.

Hostelería rural	Plazas hoteleras que se ofrecen, de acuerdo a la reglamentación de cada Comunidad Autónoma, en hostales, pequeños hoteles, pensiones etc., donde el número de habitaciones supera al de las casas rurales. Se trata de la hostelería más tradicional: hoteles, hostales y pensiones, que adquieren nombres como Posada, Hospedería, Hostería, Casona, Molino, etc. Este tipo de alojamientos, si son de nueva construcción, han de respetar la arquitectura tradicional de la zona.
Casas rurales	Conjunto de alojamientos típicos que existen en las distintas comarcas rurales y que son destinados como alojamiento a turistas. Por lo general, suelen ser gestionadas por economías domésticas, por familias que usualmente habitan también las casas y explotan el negocio. Además, suele ser gente propia de la zona, aunque cada vez hay más jóvenes emprendedores que se lanzan a la aventura de invertir en este tipo de negocio y dejan la ciudad para ello.
Camping	Espacios de terreno públicos o privados dotados de las instalaciones y servicios que marca la legislación para dedicarlos al uso turístico. El servicio que se presta consiste en facilitar la estancia en tiendas de campaña, remolques habitables o cualquier elemento similar fácilmente transportable. Cuando se utiliza el terreno anexo a una casa de campo o el terreno dentro de una explotación agrícola se denomina <i>camping</i> rural.
Cabañas turísticas	Viviendas prefabricadas construidas con madera de calidad, con buenas condiciones de habitabilidad. El funcionamiento es igual que el de una casa de alquiler, contando con que su coste inicial es muy inferior al de una vivienda permanente.
Granjas	Alojamiento en una casa de campo integrada dentro de una explotación agropecuaria. Los dueños se han de dedicar a tareas agrícolas y/o ganaderas. Se suele ofrecer además del alojamiento y las comidas, la posibilidad de que el turista participe en algunas de las tareas propias de la granja. Esta modalidad se conoce con el nombre de agroturismo.
Albergues	Modalidad de alojamiento destinada a viajeros jóvenes, cuya construcción puede ser una casa de campo, un castillo o un hotel convencional. Los dormitorios suelen estar separados por sexos y en cada uno de ellos puede haber varias camas. Unos tienen un horario concreto y otros están abiertos día y noche.

Adaptado de varias fuentes

- A partir de las descripciones anteriores, ¿cómo completarías la definición de alojamiento de turismo rural?
- Comenta con el resto de la clase. Un alojamiento rural posee determinadas características que lo diferencian de los alojamientos urbanos, ¿cuáles son?
- Escribe un texto breve con los principales puntos comentados en la actividad anterior.
- ¿Cuál es el alojamiento rural más popular en tu país de origen? Explícalo al resto del grupo.

2. Lee el siguiente caso y contesta las preguntas.

Tenía una idea fija: montar un alojamiento rural. Mis padres poseían algunas casas en un pequeño pueblo de la provincia de Murcia y pensé que allí podríamos empezar a probar si sabríamos llevar ese tipo de negocio. Elegimos una de ellas, la restauramos sin muchas pretensiones, **no era nada del otro jueves** pero contaba con las características propias de ese tipo de alojamiento.

La primera casa se dividía en 3 plantas, sótano, primera y segunda planta. En el sótano, donde se hallaba la bodega, mantuvimos algunos de los elementos necesarios para la elaboración del vino como son las tinajas y otros recipientes. La rehabilitación de la casa la realizamos respetando todos los elementos arquitectónicos y tradicionales de la vivienda y mantuvimos el sistema de construcción originario.

Una vez comprobado el éxito de nuestra primera casa, me decidí a seguir restaurando otras de algunos pueblos cercanos.

Para llevar a cabo esta empresa, ya algo más ambiciosa, conté con la colaboración de toda mi familia y especialmente con la de mi hermana que, sin pensárselo dos veces, se **puso al corriente de los tejemanejes** que deben saberse cuando te embarcas en un proyecto así. Ella fue la primera en **arrimar el hombro** y **ponerse manos a la obra**. Hicimos nuestra página web y nos lanzamos al mercado.

Ahora ya han pasado cinco años y seguimos creciendo. Las ideas se amontonan en nuestras cabezas y la última de ellas se centra en montar una tienda, cerca de uno de nuestros alojamientos rurales. En ella venderíamos productos elaborados en la región al mismo tiempo que algunas piezas de cerámica que elaboraríamos en nuestro propio taller. Toda una amplia y variada oferta de posibilidades puesta a disposición de todo aquel interesado en los productos hechos a mano.

Estoy hecha un mar de dudas. ¿Me arriesgo o no? ¿Usted que haría?

Adaptado de Rosie L. para *Spanish Infovia*

- Vocabulario coloquial. Explica estas expresiones con tus propias palabras.

No ser nada del otro jueves

Arrimar el hombro

Ponerse al corriente de los tejemanejes

Estar hecho un mar de dudas

Ponerse manos a la obra

- Según la descripción de los alojamientos rurales en el caso, ¿de qué tipo de alojamiento rural se trata?
- Según explica la empresaria, sus alojamientos ya tienen algunos elementos que aumentan valor al producto básico. ¿Cuáles son? ¿Cuáles le sugerirías añadir?
- ¿Qué opinas de la idea de montar una tienda de artesanía? ¿Tú que harías? ¿Crees que se podría complementar con algún otro servicio?
- Escribe una carta en la que le des tu consejo a la protagonista del caso. Incluye los puntos tratados en las preguntas anteriores (no necesariamente en el mismo orden). Incluye al menos tres de las expresiones coloquiales que has visto anteriormente.

