

El proceso de constitución de España en una sociedad turística

Process of constitution of Spain in tourist society

Javier CALLEJO, Jesús GUTIÉRREZ y Antonio VIEDMA

Universidad Nacional de Educación a Distancia.
Facultad de Ciencias Políticas y Sociología. Departamento Sociología I
mcallejo@poli.uned.es
jpguterrez@poli.uned.es
aviedma@poli.uned.es

Recibido: 18.11.04

Aprobado: 23.02.05

RESUMEN

El turismo extranjero fue uno de los factores que más incidieron en la peculiar constitución de España como sociedad de consumo. El «éxodo rural», el rápido proceso de urbanización, la industrialización y, posteriormente, la terciarización de la economía y la incorporación a la UE han sido varias de las claves que explican uno de los procesos de transformación más importantes sucedidos en la historia del país. Sin embargo, el comportamiento turístico de los españoles sigue aún teniendo peculiaridades que le distinguen de los turistas de los países de su entorno. A través del estudio de los datos ofrecidos por las distintas fuentes estadísticas oficiales, el artículo analiza el proceso de constitución de España en sociedad turística.

PALABRAS CLAVE: Turismo de los españoles. Demanda turística. Consumo. Cambio social.

ABSTRACT

Foreign tourism was one of the leading factors contributing to the transformation of Spain in a consumer society. Rural migrations, urbanization, industrialization and, later, the creation of a service economy and membership in the European Union explain one of the most momentous processes of change in the history of the country. Tourism behavior among Spaniards, however, still follows some patterns that separate it from that of tourists in nearby countries. Following official statistical data, this paper studies the transformation of Spain in a tourist society.

KEY WORDS: Spanish tourism, tourism demand, consumption, social change.

INTRODUCCIÓN

El relevante perfil de España como un país que recibe turistas y, sobre todo, el papel que ha tenido la llegada del turismo en la modernización del país, tanto en sus dimensiones económicas como culturales, ha tendido a dejar en un segundo plano al turismo autóctono. Para los principales agentes de la industria hotelera, el turista nacional ha sido secularmente una especie de último recurso cuando el mercado internacional se cubría de sombrías crisis. Los cien años de política turística española, que se cumplen desde la creación de la primera institución turística estatal¹, están clara y casi exclusivamente destinados a la demanda exterior². Se encuentra tan marcada la manera que tiene este país de vivir el turismo por su condición de receptor que, cuando el por entonces dirigente político franquista Manuel Fraga (1962) habla de «turismo español», se refiere al que viene a España.

Tal condición receptora se deja sentir también en el estudio que se hace en este país sobre el turismo. Basta echar un vistazo a los manuales sobre economía del turismo español, para observar la casi excluyente atención a los flujos turísticos que llegan desde el extranjero. La demanda turística interna tiende a dejarse fuera de las investigaciones que intentan ir algo más allá de la presentación de los datos estadísticos oficiales (Bote, 1994; Callejo y otros, 2004). Sin embargo, la misma condición de país receptor abre la pregunta sobre la posibilidad de una especial cultura turística, distinta a la de aquellos países que son netamente emisores: ¿qué clase de entidad es el turismo para los españoles? ¿Existe una cultura turística especial derivada de tal condición de país receptor? España es una sociedad constantemente mirada por los turistas; pero que, a su vez, mira al turismo ¿esto tiene algún papel en su configuración como sociedad turística, como sociedad que emite turistas? El artículo intenta establecer el marco para dar respuesta a estas preguntas. Se desarrolla en tres niveles. En el primero, con un carácter descriptivo, se analizan las características del turismo de los españoles, subrayando sus rasgos diferenciales con respecto al turismo emitido por países próxi-

mos del entorno europeo. En el segundo, se analiza el proceso de conformación de España como sociedad turística, tanto desde una perspectiva estructural (¿qué factores intervienen en la constitución del turismo español?) como temporal, con una propuesta de cuatro fases en el desarrollo del mismo en la historia reciente. Por último y con un carácter conclusivo, se esboza una explicación de los rasgos diferenciales del turismo español.

La perspectiva analítica que se ha asumido puede considerarse bien conocida: la condición de sociedad turística deriva del proceso de implantación de la sociedad de consumo de masas. Es más, subyace la asunción de que el paso al dominio de las mercancías-servicios y entre ellos y con un carácter fundamental el de la mercancía turística, supone una etapa diferenciada en tal proceso de implantación de la sociedad de consumo y, por lo tanto, en el modo de acumulación capitalista. Es decir, supondría una etapa más en la concreción de la conquista del ámbito de la reproducción por la lógica de la mercancía, en posible compensación al proceso de desmercantilización de este ámbito por parte del Estado de bienestar como impulsor de la demanda de consumo. Pero, a diferencia de una interpretación mecanicista de las teorías de la regulación de Aglietta (1979) o Boyer (1992), se apunta cómo las características que toman los procesos de reproducción y fundamentalmente el consumo no son sólo adaptaciones y ajustes para los procesos productivos en crisis, sino que su propio desarrollo condiciona asimismo tales procesos productivos y, por lo tanto, el mismo modo de acumulación capitalista.

Desde el punto de vista empírico, hay que resaltar la dificultad que este ha encontrado el trabajo para el establecimiento de series. Aun cuando se cuenta con una serie de investigaciones sobre el turismo español que se inicia en 1973³, los variados diseños metodológicos la rompen: cambios en el universo (en la edad mínima de la población, en el tamaño de los municipios que se toman en cuenta); distinta operacionalización del concepto viaje de vacaciones (una pernoctación en 1973; más de cuatro noches en 1981, 1991 y tras la implantación del estudio Familitur⁴ en 1997; cinco o más noches

¹ Se crea en 1905 la Comisión Nacional para Fomentar las Excursiones Turísticas y el Recreo del Público Extranjero.

² Así siguió ocurriendo con las distintas instituciones que se crearon para el fomento del turismo, como la histórica Comisaría Regia de Turismo.

³ Ya en 1965, el Instituto de Opinión Pública realiza una encuesta en la que se incluyen preguntas sobre la actividad turística; pero dudosamente representa al conjunto de los españoles (Bote, 1994:231).

⁴ Operación estadística realizada sobre un panel de hogares para el conocimiento de la actividad turística de los españoles.

en 1982, 1983 y 1987); la propia concreción de la encuesta Familiaritur rompe la serie anterior de registros de las salidas al extranjero de los españoles, especialmente realizada a través del paso por la frontera; y, por último, no existen datos oficiales de salidas anuales de los españoles al extranjero para 1994, 1995 y 1996. Además, a la hora de establecer la comparación con otros países, la ausencia de datos es notable según nos alejamos en el tiempo, lo que imposibilita la comparación de series largas. Unas dificultades con las que todo análisis retrospectivo del turismo español ha de convivir, hasta que, al menos, la encuesta Familiaritur produzca una serie suficientemente larga.

1. CARACTERÍSTICAS DIFERENCIALES DEL TURISMO ESPAÑOL

Comparada con otros países del entorno europeo occidental, como Francia, Alemania, Italia o Gran Bretaña, España produce menos turistas. Las proporciones de turistas, en relación con la población en general, que alcanza este país han sido superadas por aquellos hace varios años. Por lo tanto hay que empezar hablando de una introducción en la producción de turistas más retrasada con respecto al entorno inmediato. Aun cuando es difícil señalar el umbral en que cabe señalar a una sociedad como turística, la española presenta un retraso relativo. Si bien es cierto que el porcentaje de turistas españoles (tasa turística⁵) presenta un *decálage* temporal con respecto a unas sociedades que ya cabe considerar como turísticas; además del retraso, hay otras pautas diferenciales en su estructura.

Es un retraso comparativo que es paralelo al de la propia incorporación de la sociedad de consumo. Mientras países como los referidos y en parte gracias a la ayuda que para su reconstrucción reciben de la administración norteamericana (Plan

Marshall), toman un acelerado impulso económico que les introduce en la sociedad de consumo poco después de finalizada la Segunda Guerra Mundial, en España se alarga una situación económica de estricta postguerra hasta finales de los años cincuenta. Una situación de retraso económico que hará que la denominada sociedad de consumo de masas se incorpore casi con dos decenios de diferencia. Así, en términos de precios constantes (de 1995), España logra en 1980 el PIB/habitante que Italia había conseguido en 1970, a finales de los ochenta el que el Reino Unido tenía al inicio de los años setenta; y aún no ha logrado el que países como Alemania, Francia, Bélgica, Países Bajos, Austria, Finlandia o Suecia disfrutaban a finales de los años setenta. Es decir, utilizando este indicador económico, puede hablarse de una distancia entre quince y veinticinco años, tanto con países claramente emisores de turistas —caso, por ejemplo, de Alemania— como con países netamente receptores —caso de Italia— como con países que son, a la vez, emisores y receptores, como es el caso de Francia o Reino Unido. Es cierto que ha habido un notable avance, de tal manera que si en el decenio de los ochenta el PIB/habitante español estaba a 27 puntos porcentuales del medio europeo (EU-15), hoy se encuentra alrededor de los 15 puntos porcentuales. Pero es una distancia que puede considerarse parcialmente paralela a la que existe en la proporción de turistas: España se constituye en sociedad turística, cuando la mayor parte de su población realiza algún viaje turístico a lo largo del año, veinte años después que los países europeos desarrollados de su entorno. Un tipo de consumo que va detrás de otros consumos, como el de automóviles⁶. Sólo hasta el año 1990 (Cuadro I), no son mayoría los españoles que salen de vacaciones a lo largo del año. Algo que habían alcanzado los países europeos referidos en 1970.

⁵ La tasa turística es el porcentaje de españoles que realiza al menos algún viaje turístico a lo largo del año, dentro del conjunto de la población española. Como se ha señalado, a lo largo de los años ha habido distinta definición de viaje turístico.

⁶ España alcanza semejante número de automóviles por cada mil habitantes aproximadamente diez años después que lo hicieron países como Bélgica, Italia, Reino Unido o Alemania, y quince años después que lo hicieran Luxemburgo o Francia. Esta distancia se reduce notablemente en los últimos años con la mayoría de ellos, con la excepción de Italia. Incluso se supera actualmente a Gran Bretaña en número de automóviles por cada mil habitantes.

Cuadro 1

*Evolución del porcentaje de españoles que salen de vacaciones.
Especificación del turismo externo*

Año	% salen de vacaciones	% salen de vacaciones al extranjero
1973	19.8	3.3
1982	31.0	7.0
1983	27.8	7.1
1985	44.0	8.0
1987	45.0	13.0
1990	53.4	19.0
1999	46.7	8.5
2002	48.3	10.7

Fuente: Secretaría de Estado de Turismo

Una parte importante de los turistas producidos por estos otros países tenía como destino nuestras costas. España se convierte en sociedad turística, después de recibir una amplia afluencia de turistas durante más de veinte años. El gran salto en la afluencia de visitantes tiene lugar hacia 1946. A partir de esta fecha y durante el siguiente decenio se pasa de algo más de ochenta y tres mil visitantes a superar el millón y medio de visitantes aún en plena autarquía, en 1956 (Esteve y Fuentes, 2000:87). Entre 1950 y 1975 se multiplica por cuarenta el número de visitantes extranjeros (Figuerola, 1999:82). Pues bien, no se superan los diez millones de salidas al extranjero —lo que supone menos de la tercera parte de las entradas de extranjeros— hasta 1978.

Desde los presupuestos anteriores, parece determinante la observación de la evolución de la renta para entender la incorporación de un país a la sociedad de consumo y, por lo tanto, su construcción como sociedad turística, como sociedad que emite turistas. Sobre todo, como sociedad que emite turistas hacia otros países⁷ ¿Pero no condi-

ciona la manera de hacer turismo de los españoles el que, cuando pueden acceder ampliamente a tal comportamiento, hayan estado recibiendo turistas durante más de dos decenios?

El primer atributo que puede ayudarnos a enmarcar el turismo español es su carácter sedentario. Un atributo que aúna: el peso de la segunda residencia en la actividad vacacional, la oposición que se establece entre vacaciones y turismo, y la relativamente escasa internacionalización del mismo.

El fuerte peso de la utilización de la segunda residencia en España (Bote, 1994:234) puede considerarse casi una constante diferencial en el turismo español. En el año 2003, dos de cada tres viajes de los españoles se realiza a una segunda residencia⁸. Es más, en ese mismo año, el 34,85% de los hogares manifiesta tener acceso a una segunda residencia. Sólo en cinco años, desde 1999, el peso relativo de tales hogares con acceso a la segunda residencia se ha multiplicado por 1,7, viniendo de una no muy larga tradición que se incrusta en las vacaciones en la casa del pueblo,

⁷ Para el análisis del ingreso o renta *per capita* como un determinante de la demanda turística internacional, véase Crouch (1994a y 199b).

⁸ Según datos de la encuesta FAMILITUR, año 2003.

que era la casa familiar en el ámbito rural abandonado con la extensa emigración interna que se produce desde el campo a las grandes ciudades durante los años setenta. Puede decirse que los españoles, con un período en medio que se verá posteriormente, han pasado de las vacaciones en la casa del pueblo a las vacaciones en la segunda residencia.

En un principio, la diferencia en este comportamiento vacacional de los españoles con respecto a los otros países del entorno europeo puede explicarse por:

- a) Se trata de un proceso de emigración del campo a la ciudad acelerado, en pocos años, en el que no se rompen los vínculos familiares y sociales con la localidad de origen propio o paterno. Así, el porcentaje de población viviendo en áreas urbanas que en 1950 era del 51,9%, apenas asciende al 56,6% en 1960. Sin embargo, es del 69,6% en el año 1975. Pues bien, la comparación puede ser interesante para subrayar el carácter acelerado del proceso. Italia, que parte de baremos semejantes en 1950 (54,3%), no llega hoy al indicador de urbanización de la población española de mediados de los años setenta. Francia, que presenta una pauta de evolución del grado de urbanización semejante al español pero con un lustro de adelanto: la alimenta en buena parte de inmigración exterior y, por otro lado, es otro de los países en que también tienen importancia las vacaciones en una segunda residencia. El ritmo del aumento del grado de urbanización en países como Alemania, Bélgica o Gran Bretaña se extiende prácticamente desde la segunda mitad del

siglo XIX, unido al proceso de industrialización. El proceso de urbanización es mucho más lento, rompiendo vínculos con la población de origen⁹. Aquí se utiliza la casa del pueblo porque todavía hay una directa y fuerte vinculación con ella de las generaciones que emigraron.

- b) En el desarrollo capitalista español, el gasto en vivienda tiene un lugar fundamental. Como señalan Alonso y Conde (1994), estructura la sociedad de consumo y, por lo tanto, la formación de turistas. Ante la práctica inexistencia del alquiler social¹⁰ y la errática política de fomento de alquileres¹¹, la tenencia en propiedad de la vivienda se convierte en la norma en España. Ello supone una notable restricción de los recursos disponibles para otros consumos, lo que hace que las vacaciones, resultado de la implantación del modelo fordista¹², debieran hacerse limitando gastos como el del alojamiento.

Es cierto que las vacaciones en el pueblo de origen suponían un ahorro con respecto a unas hipotéticas vacaciones en alojamiento que hubiese que pagar, que en los primeros años estaban fuera del horizonte de la mayor parte de los españoles. Pero, también tenían fuerte atractivo simbólico. Entre otros, el de la ostentación derivada de quienes podían permitirse volver al lugar de origen como triunfadores. También, la resistencia a convertirse en turistas, en esos «otros», nómadas que llegaban a España. El regreso al pueblo era, frente a los otros inmigrantes en la ciudad, una muestra de raíces, de estar en el mundo.

La articulación de resistencia al nomadismo mercantilizado¹³, proyectado en los turistas que

⁹ Salvo en el caso de España y, en menor medida, Italia, el fuerte proceso de pérdida de empleos en el sector agrario (desruralización) se proce al finalizar la Segunda Guerra Mundial y dura hasta 1965 en la mayor parte de los países europeos occidentales.

¹⁰ El denominado alquiler social o protegido no supera el 2% del total del parque de viviendas principales en España durante los últimos cincuenta años; frente al 22% de Alemania en 1970, el 39% de Holanda en 1980 y 1990, 33% de Reino Unido en 1980, el 17% de Francia en 1999 en una progresión ascendente o al dato de Suecia, donde este tipo de tenencia de la vivienda no baja del 22% desde 1970. Para un análisis detallado, véase Trilla (2001), donde se han obtenido los datos referidos.

¹¹ Si en 1960 el 41% del parque de viviendas principales era de alquiler, en 1999 apenas alcanza el 12%.

¹² Implantación del modelo fordista sin alguno de sus elementos principales, tal como rigió en Europa, como fue la lógica de pactos entre capital y trabajo. Aquí no existió la «*democratic class struggle*» de Lipset (1960) como motor para la creación de derechos de los asalariados, como las vacaciones. Una ausencia de pactos que parece encontrarse detrás de la escasa facilidad que tuvieron los españoles para el acceso a la vivienda. No obstante, como critica Esping-Andersen (1999), los ejemplos de vía pluralista hacia el Estado de bienestar han sido escasos.

¹³ Abundan los chistes y comentarios jocosos sobre la «intensa explotación» de los turistas, especialmente cuando estos son extranjeros: «cobrar precios de turista», cuando una mercancía aparece con un desmesurado sobreprecio; «hacer el agosto», aplicado a la posibilidad de ingresos extras gracias a las actividades turísticas; o la propia denominación, un tanto despectiva, de «guiris», utilizada para los turistas extranjeros.

venían, y la extensa red de vínculos sociales con alojamiento, se ha venido a concretar en un relativamente escaso uso del hotel por parte de los españoles hasta fecha bastante reciente. Las vacaciones en casa propia o de amigos se convertía en algunos sectores de las clases populares en manifestación de su distancia social del hotel. Tal vez haciendo de la necesidad virtud, como dice Bourdieu (1988) del conjunto del consumo de las clases populares. Esta distancia social del hotel, que, a la vez, lo ve como algo extraordinario y como último recurso, también explica el comparativo uso de los hoteles por parte de los turistas españoles. Así, sólo una de cada tres noches de ocupación hotelera en España es llevada a cabo por residentes. Sólo países europeos de bastante menor territorio presentan menor proporción de ocupación hotelera por residentes: Chipre, Luxemburgo, Bélgica, Grecia, Portugal o Austria. En Italia, Francia o Reino Unido, tres de cada cinco ocupaciones hoteleras son de residentes. En Alemania, cinco de cada seis. Pero, además, parece lógico pensar que a medida que España se incorpora a la sociedad de consumo a la que ya pertenecen los países de los turistas que llegan, los residentes iban a ir «ocupando» más noches de hotel en detrimento de los no residentes. Sin embargo, los datos no se dirigen hacia tal resultado: si en 1967 la probabilidad de que una habitación de hotel estuviese ocupada por un turista extranjero era 1,5 veces superior a que lo estuviese por un turista nacional; en 1972 la probabilidad asciende a 2,4 veces, para quedar estancada a partir de 1974 en 1,7 veces. El cuadro II, que muestra las noches pasadas en hotel en cada país en el que se reside por cada mil habitantes, señala que la tasa española queda distante de las de: Reino Unido, Italia, Francia, Suecia o Alemania. Ahora bien, el salto dado entre 1995 y 2000, además de por la modificación metodológica, puede deberse a la convergencia que también en este aspecto se va logrando. Unas diferencias que se van reduciendo hacia los diez e incluso cinco años. El hotel sigue estando para los españoles algo «más lejos» que para los ciudadanos de los países mencionados; pero a menor distancia social que hace unos años.

Donde mayor relevancia adquiere el carácter sedentario del turismo español es con respecto a las salidas al extranjero. El porcentaje de españoles que realizan salidas turísticas al extranjero se encuentra por debajo de lo que cabía esperar por el nivel de renta. No sigue su misma evolución. Bien es cierto que la evolución del porcentaje de personas de un país que realizan un viaje turístico a otro país no es lineal en el medio plazo, por el peso que tienen en la decisión de esta demanda turística los precios y los tipos de cambio¹⁴. Pero en España, parece atascada tal línea de evolución en el 10% de los españoles¹⁵. Las razones que tradicionalmente se han expuesto para explicar la escasa inclinación del turista español hacia el extranjero han sido: características climatológicas (lo atractivo está aquí), el amplio tamaño del país (las fronteras están lejos) y el menor nivel de vida con respecto a los países del entorno. Sin embargo, otros países cercanos, con menor nivel de vida (Marruecos o Túnez, por ejemplo) podrían haberse convertido en destinos, y en cuanto al tamaño territorial hay otros países de mayor tamaño, como Alemania o Francia, que presentan una extensa actividad turística externa. Es precisamente el ser un país receptor el que hace plantearse la identificación como turista en otro país.

El turista externo español se mueve en un entorno relativamente estrecho, concentrándose en países limítrofes: Francia, Portugal y Reino Unido. Un entorno espacial y culturalmente muy cercano si se compara con la elevada proporción de turistas alemanes, franceses o británicos con destinos en Asia o África. Ni siquiera los considerados como tradicionales lazos iberoamericanos han actuado como punto de destino para los turistas españoles, salvo en muy recientes tiempos.

Si la imagen de las vacaciones del visitante extranjero está vinculada a la playa, contrasta el carácter interior de las de los turistas nacionales. Ya en 1982, la tercera parte del turismo nacional tiene como destino provincias del interior. Algo que nuevamente hay que relacionarlo con la ubicación de las vacaciones en la casa familiar de origen. Así, si al final del siglo pasado el porcentaje medio de turistas europeos que tuvieron por destino el mar era del 63%, España quedaba por deba-

¹⁴ Para Francia, véase Durbarry y Sinclair (2003).

¹⁵ Hay que tener en cuenta que el notable aumento de la inmigración en nuestro país en los últimos años, puede llevar a un aumento de tales porcentajes debido a la realización de viajes vacacionales de estos nuevos residentes a sus países de origen. Esto, además, puede conllevar un cambio en el perfil del turista español exterior. Hasta ahora, en su perfil dominaban los rasgos de la clase media-alta: estudios universitarios, elevados ingresos, etc.

Cuadro 2*Noches de hoteles usadas por residentes (tasa por cada 1000 habitantes)*

	1980	1985	1990	1995	2000
Bélgica	1.900	2.160	1.882	1.395	1.337
Dinamarca	2.052	2.283	2.596	2.387	2.845
Alemania (incluye ex-Alemania Oriental desde 1995)	2.314	2.381	2.480	2.949	3.117
Grecia	*	*	1.181	1.171	1.391
España	1.116	1.231	1.717	1.845	2.771
Francia	*	2.998	2.718	2.686	2.978
Irlanda	1.196	*	+	2.839	2.422
Italia	2.376	2.528	2.954	3.029	3.442
Luxemburgo (Gran Ducado)	649	666	794	561	500
Holanda	3.721	3.866	2.643	2.735	3.486
Austria	*	*	3.033	3.078	3.279
Portugal	1.378	1.233	1.331	1.395	1.586
Finlandia	*	*	2.063	2.085	2.316
Suecia	*	*	3.180	3.338	3.516
Reino Unido	9.772	8.835	2.776	3.076	3.488

* No disponible.

Fuente: Eurostat.

jo de esa media. Sin embargo, en Francia, Italia o Reino Unido se rozaba el 70%; y en un país como Alemania, con una relativamente escasa costa y poca atracción para el turismo de playa, se superaba también la proporción media europea.

El referido uso de la casa del pueblo se encuentra en el inicio de una acentuada oposición entre vacaciones y turismo que hacen los viajeros españoles (Callejo y otros, 2004). Las vacaciones son adscritas a un orden netamente regresivo —desde el volver a la infancia, a los lugares de dicha infancia, al «no hacer nada»— y sedentario: principalmente es *estar* de vacaciones y *se está* en un lugar. Tal como son concebidas, aparecen como una práctica conjunta: el «*estar de vacaciones*» es la práctica, con relativa independencia de lo que se haga en vacaciones. Incluso cuando «*no se hace nada*», son una práctica. Eso sí, con un tiempo que

parece infinito. Por eso, siempre las vacaciones son cortas. Su lógica es cualitativa.

Según las entrevistas realizadas (Callejo y otros, 2003), cuesta a los españoles entender el turismo como una práctica. Preferentemente *se es* turista, se ejerce de turista, lo que ha de conllevar una serie de actividades, aun cuando las principales son moverse constantemente y ver, en un muy acotado plazo de tiempo. De aquí la tendencia a querer rentabilizar al máximo ese tiempo: moviéndose mucho, viendo mucho. Su lógica es cuantitativa, lo que se proyectará después en la enumeración de los lugares visitados, de las fotografías tomadas, de los costes. Si las vacaciones son una práctica, el turismo es concebido como un bien. Por ello, el turismo entra con mayor facilidad en la lógica de la distinción (Bourdieu, 1988), porque puede mostrarse como otro bien. Pues bien, sólo

cuando se encuentra avanzada la sociedad de consumo en España, se tenderá a la convergencia entre vacaciones y turismo: a utilizar el tiempo de vacaciones para convertirse en turista. Sin embargo, el apego a lo vacacional anterior seguirá teniendo sus huellas, preferentemente limitando el nomadismo del turismo, proyectándose en la forma de estar de vacaciones incluso cuando ya no se disponga de la familiar casa del pueblo.

2. LA ESTRUCTURACIÓN DE LAS CARACTERÍSTICAS DIFERENCIALES DEL TURISMO ESPAÑOL

La evolución del nivel de vida económico del país, sobre todo en relación con los países europeos más desarrollados de su entorno, explica en buena parte el ritmo de constitución del mismo en sociedad turística. Por lo tanto, la renta es importante. Lo que se observa para el conjunto de un país tiene su más o menos directa traducción en las distintas posiciones que conforman su estructura social. Así, son los residentes en hábitat urbano y los que tienen mayor nivel de estudios terminados, que se convierten en un indicativo de clase social, los que actúan de especie de punta de lanza en la constitución de una sociedad como turística: son los primeros y los que en mayor proporción relativa se establecen como turistas en sentido estricto —realizan viajes en que utilizan alojamiento contratado y salen al extranjero como tales turistas— frente a la concreción de las vacaciones en el regreso a la casa familiar de origen. Ahora bien, sólo cabe considerar una sociedad como turística cuando la conversión en turistas al menos alguna vez durante el año no afecta sólo y casi exclusivamente a unos pocos sectores de la sociedad, aun cuando éstos realicen un turismo muy frecuente, sino cuando una proporción importante de su población realiza viajes turísticos. No se trata sólo de cantidad sino también de establecimiento del turismo en la estructura social.

En el año 1973, sólo el 3,6% de los españoles con residencia en localidades de menos de dos mil habitantes realizan alguna salida turística. La tasa de salida es también sólo del 5,8% entre quienes sólo han alcanzado los niveles de estudio inferiores. Puede decirse que, en sentido estricto, las cla-

ses populares no hacen turismo en España en esos años. Se incorporará bastante más tarde: hay que esperar hasta la segunda mitad de los ochenta para que alrededor de la tercera parte de los que tienen menor nivel de estudios realice viajes turísticos¹⁶. De la misma manera, mientras en el año de 1985 viaja el 66,7% de la clase social media-alta, también lo hace el 25,6% de la clase baja¹⁷.

La lenta incorporación de las posiciones sociales menos favorecidas al consumo turístico es otro de los factores que ayudan al retraso de la constitución de España en sociedad turística. Hasta el año 1990, no se consigue que más de la mitad de los españoles realicen alguna salida turística —incluyendo, claro está, las vacaciones— a lo largo del año. Y, de hecho, la tasa turística parece haberse paralizado alrededor del 50% de los residentes haciendo turismo, mientras hay otra mitad que no realiza al año ningún viaje turístico.

Si la evolución del nivel de renta explica parte de la distancia social de los españoles hacia el turismo, hay que buscar en factores de otra índole para la explicación del mantenimiento de tal distancia, más allá de los umbrales alcanzados por tal indicador económico, y de las propias características que adquiere este tipo de consumo. Así, hay quienes han subrayado el dominio de la cultura del poseer sobre la del disfrutar¹⁸. De esta manera, el importante peso relativo que en la constricción de los recursos disponibles para turismo y vacaciones tiene, en un principio, los gastos relacionados con la adquisición de la vivienda principal y, posteriormente, los relacionados con la adquisición de la segunda vivienda, estarían relacionados con esta cultura del poseer.

Con relación a la adquisición de la vivienda principal, ya ha sido referido el impulso que tuvo sobre tal «cultura» la falta de mediación pública en el mercado de la vivienda, con un escaso impulso de los alquileres sociales y, en general, una desastrosa política de alquileres de la vivienda, que hizo que el mercado de las mismas fuese muy reducido durante algunos periodos. De hecho, en la adquisición del «bien» vivienda es en el que los españoles han ido en cabeza dentro de Europa Occidental: en 1960, el 57% de las viviendas principales españolas lo son en propiedad, frente al 38% de las alemanas, el 33% de las holandesas, el 41% de las francesas, el 42% de las británicas o el

¹⁶ Según los informes *Las vacaciones de los españoles en 1990* y *Las vacaciones de los españoles en 1992* del Instituto de Estudios Turísticos.

¹⁷ Según *Las vacaciones de los españoles en 1990*.

¹⁸ Amando de Miguel en Castillo (1987:98).

47% de las suecas; pero es que en el año 1999, el 86% de las viviendas principales españolas lo son en propiedad, frente al 43% de las alemanas, el 48% de las holandesas, el 54% de las francesas, el 63% de las suecas o el 69% de las británicas. Puede apuntarse que la obligada posesión de vivienda impedía el despegue del turismo interno.

Según el Panel de Hogares de la Unión Europea, nos encontramos con que el 16,5% de los hogares españoles tiene una segunda residencia para pasar las vacaciones. Es el porcentaje más alto entre los países de los que se presentan resultados. La media europea de tal panel se encuentra en el 8,6%. Siguen a España, países como: Grecia (15,3%), Italia (11,9%), Francia (10,2%), Reino Unido (5%) o Alemania (4,7%). No deja de ser sintomático que otro país receptor, como Grecia, se encuentre en la cabeza de países con hogares con segunda residencia.

En el año 2000, el mismo estudio europeo incorpora otros países que se ponen a la cabeza. Es el caso de Suecia (29,5%) o Finlandia (21,5%). También Grecia supera a España (17,2%). Ahora bien, la diferencia fundamental es que mientras en Suecia o Finlandia buena parte de esta segunda residencia se tiene en el extranjero, como los propios países mediterráneos, en Grecia y España es en el propio territorio. Entonces, puede reconocerse cierto valor a la cultura del poseer —frente al disfrutar— pero también deben buscarse argumentos en el atractivo que tiene un valor en alza en los países receptores de turismo como es la residencia vacacional frente al hotel. Es decir, es la característica como país receptor la que puede llegar a condicionar buena parte del comportamiento turístico, puesto que la adquisición de segunda residencia establecerá el marco para la decisión de destino de vacaciones, la frecuencia de salidas y la disponibilidad de recursos para gastar durante las vacaciones y en las localidades de destino.

La articulación entre el carácter receptor y aumento del nivel de renta de una sociedad puede observarse también en niveles inferiores al nacional. Así, en la Encuesta Continua de Presupuestos Familiares se muestra unos resultados distintos al del Panel de Hogares Europeos en cuanto a grado de posesión de segunda vivienda, puesto que la Encuesta Continua de Presupuestos Familiares hace más hincapié en la posesión, con los gastos que con-

lleva la misma, que en el acceso por parte del hogar a esta segunda vivienda. Pero este segundo estudio resalta el aumento de tal porcentaje de posesión de segunda residencia: el 12,47% de los hogares disponía una segunda vivienda en propiedad en 1998, mientras que el porcentaje asciende al 14,28% en 2002. Un aumento que es especialmente alto en hogares residentes en comunidades autónomas con recepción de turistas, como son los casos de Comunidad Valenciana, Cataluña y Comunidad de Murcia, que pasan respectivamente entre 1998 y 2002: del 19,8% al 22,8% de hogares con segunda residencia vacacional, del 10,22% al 13,59% y del 12,3% al 14,81%. Las otras comunidades con relativamente altos porcentajes de posesión de segunda residencia son comunidades muy emisoras de turistas, como la Comunidad de Madrid. En ambos casos, el de las comunidades receptoras y el de las comunidades emisoras, nos encontramos con que están por encima de la renta media del país y, en el caso de la comunidad murciana, con un importante crecimiento. Como ocurría en el análisis de los países europeos, un carácter emisor vinculado a rentas medias altas —casos de Suecia y Finlandia para Europa y Madrid para España— o carácter receptor con rentas en considerable ascenso —España, Grecia; Comunidad Valenciana, Comunidad de Murcia— explican la tendencia hacia la adquisición de una segunda residencia vacacional.

¿Es realmente la cultura del poseer la que condiciona el desarrollo de la sociedad de consumo en España y, por lo tanto, su constitución en sociedad turística? Si se observa el grado de posesión de otros bienes de consumo distintos de la vivienda, los denominados bienes duraderos de consumo, no puede afirmarse que tal cultura del poseer tenga un papel diferencial al del resto de países europeos. Siguiendo el mismo estudio del Panel de Hogares, nos encontramos con la existencia de un bienes que pueden considerarse comunes en Europa: televisor, lavadora, frigorífico. Sin embargo, en los que hay diferencias, los hogares españoles se encuentran siempre por debajo de la media europea, manteniéndose, además, las diferencias a lo largo del tiempo (cuadro III). Tal vez la española no sea una sociedad del disfrute, pero tampoco parece que su carácter posesivo esté más marcado que en otros países del entorno.

Cuadro 3

Porcentaje de hogares que poseen algunos bienes duraderos

	Año 1995		Año 2000		
	Coche	Lavavajillas	Coche	Lavavajillas	Ordenador
Media UE.	71,7	25,2	77,4	40,0	39,2
España	68,3	15,9	71,8	25,8	29,1

Fuente: Panel Europeo de Hogares. Elaboración propia.

Si se observa la evolución de la estructura del consumo final de los hogares, se tiene que con relación a la media europea¹⁹, las constantes que destacan en España son: el peso relativo mayor que tiene la partida de alimentos, bebidas y tabaco, mercancías que pueden considerarse del disfrutar, y el peso proporcionalmente menor que tienen tanto los gastos en vestido y calzado, como los de muebles o artículos del hogar, en ambos casos mercancías que pueden considerarse del poseer. Entonces ¿cuál es la razón de la inclinación a la segunda residencia vacacional? Tal vez haya que volver a apuntar al carácter receptor de la sociedad española. La adquisición de una segunda residencia se inscribe en una particular racionalización: a) la preeminencia de las vacaciones (en un mismo lugar la mayor parte de las salidas del año durante varios años) sobre el turismo (moverse de un lugar a otro, cambiar de destino de un viaje a otro); b) la posibilidad de aumentar la frecuencia de salidas de la ciudad; c) el ámbito (*umwelt*) de seguridad que se construye al volver repetidamente a un sitio conocido, dominando la actitud sedentaria; d) racionalidad de costes, prefiriéndose pagar una vivienda, cuyo desembolso se inscribe parcialmente como inversión y aumento del patrimonio, que el alojamiento en hotel, que, como ocurre con la percepción del alquiler de la vivienda principal, que domina entre los españoles, se concibe como un gasto «sin retorno». Si los tres primeros aspectos pueden considerarse como la expresión de una racionalidad que deriva de cierta cultura autócto-

na, inclinada al sedentarismo, el cuarto hay que inscribirlo también en una cultura turística que se constituye primeramente como cultura receptora: donde se encuentra extendida la opinión de que los precios de los hoteles son «precios para turistas (extranjeros de países de mayor nivel de renta que el nuestro)», y donde la adquisición de una vivienda en un lugar vacacional puede tener el carácter de inversión, debido al conocimiento de la demanda turística externa de viviendas en tales localidades vacacionales.

El relevante peso que adquiere la segunda vivienda vacacional en España no sólo explica una forma de consumo sino, también, el poco peso relativo que han tenido otras formas de consumo turístico, como es el del «paquete vacacional», muy relacionado con las vacaciones turísticas. El paquete vacacional es una categoría que se utiliza en las encuestas europeas para observar el gasto total de los hogares en vacaciones. Aun cuando la categoría metodológica no lo vincula directamente al paquete turístico ofertado por las agencias de turismo, tiene éste la mayor relevancia como referencia de aquél en la medida que utiliza tales paquetes cerrados, pues facilita el cálculo del gasto y, por lo tanto, la respuesta desde tal perspectiva. Pues bien, sólo el 15% de los hogares españoles había realizado este tipo de gasto en 1988. Pero en los últimos años se ha dado un salto importante, alcanzando al 33% de los hogares en 1999. No obstante, tal porcentaje de hogares queda aún, en el mismo año 1999, por debajo de los de

¹⁹ Fuente Eurostat.

Holanda (59%), Austria (55%), Suecia (50%) o Finlandia (46%). Aun cuando también hay que resaltar que queda por muy encima de los porcentajes presentados por países que parecen reacios a este tipo de modalidad turística, como son los casos de Italia y Portugal²⁰.

3. FASES

Teniendo en cuenta buena parte de la información estadística presentada en los apartados anteriores, se intenta ahora establecer las distintas fases en las que se ha ido conformando la demanda turística española, hasta constituirse en sociedad turística. De alguna manera, es una mayor formalización —en clave temporal— de lo propuesto y aun cuando toda formalización conlleva cierto grado de abstracción, de pérdida de detalles, aquí tiene la función de concretar sintéticamente el proceso reciente de constitución del turista español.

3.1. FASE DE DESPEGUE: 1960-1975

El turismo interno antes de finales de los años cincuenta se encuentra restringido a las clases altas. Por otro lado, el país vive en condiciones de posguerra hasta 1959, fecha en que aparecen los primeros frutos de la autarquía (1939-1956). Se trata de una sociedad de penuria (Abella, 1985) y subsistencia, en la que prácticamente carece de sentido hablar de turismo de masas. Sin embargo, poco antes del inicio de esta fase se produce un dato concluyente: se registra un millón de entradas de extranjeros en un solo año (1957).

Ya en el período de referencia, nos encontramos con una sociedad que fundamentalmente recibe turistas y que sólo al final del mismo va a generar turistas hacia otros países en una proporción que pueda considerarse relevante. Los viajes de los españoles apenas traspasan las fronteras y los registros que aparecen sobre los mismos parecen producidos más por emigrantes que por turistas. No obstante, el turismo empieza forjar con fuerza unos símbolos que posteriormente se constituyen en marcadores de la tendencia del turismo de los

españoles. Es el caso de Benidorm, donde desde el inicio de este período se arroja el dato de mayor número de segundas residencias que de viviendas principales (Barciela y otros, 2001).

Es el período en el que se inicia la institucionalización del turismo en la creciente clase media funcionarial, vinculada a grandes empresas (banca, seguros, primeras multinacionales) o la Administración del Estado. Pero, como para la mayor parte de los que hacen turismo, que aún siguen siendo minoría durante casi todo el período, éste se focaliza más en las vacaciones en el pueblo de origen familiar que en el viaje, generándose la oposición entre vacaciones y turismo. Las vacaciones tienen un marcado carácter regresivo ante las difíciles condiciones de adaptación a un nuevo mundo urbano: volver al pueblo del que se había marchado, recuperar el pueblo. Un tipo de turismo que no requiere mediación organizativa alguna, más allá de las líneas del ferrocarril o las regulares de autocares.

La realización del turismo en este período se inscribe en el proceso de plena inserción del modo de acumulación fordista en España, lo que conlleva, en su proyección en el ámbito de la reproducción de los asalariados, una extensión de los derechos periódicos de descanso y vacaciones. Una inserción en tal modo de acumulación que se traduce en una gran movilidad, tanto espacial u horizontal (emigración del campo a la ciudad), como, sobre todo, en la estructura social. Es uno de los momentos de la historia de España en que se produce mayor movilidad social (Echevarría, 1999) en tan poco tiempo.

La norma de consumo se centró principalmente en la vivienda, como tiende a ocurrir en los primeros momentos de extensión del fordismo (Aglietta, 1979). Progresivamente se fue abriendo hacia los bienes duraderos y, hacia la mitad del período, llegó la paulatina extensión de la adquisición del automóvil. Hay que tener en cuenta que en 1960: sólo el 1% de los hogares tiene televisión, el 19% lavadora y el 4% automóvil. Una parte importante de los españoles aún no piensa siquiera en vacaciones. Como apunta Castillo (1987), las vacaciones son un consumo enormemente exclusivo y

²⁰ En España, entre los dos años de referencia, se ha multiplicado casi por tres el gasto medio por individuo en la partida *paquete de vacaciones*. En otros países europeos, también ha crecido la partida, pero menos: Bélgica, Grecia, Reino Unido o Francia. En otros, el aumento ha sido muy encima del español: Holanda, Portugal o Italia. El notable aumento de gasto medio en por individuo en esta partida en países que parecen utilizarla poco habla de una concentración de tal gasto de modalidad vacacional en muy pocos hogares, lo que, a su vez, quiere decir que los que lo usan en tales países es para la realización de grandes viajes.

excluyente, que genera distinción. Incluso su manifestación como deseo²¹.

3.2. FASE DE FORMACIÓN DEL TURISTA: 1975-1990

La actividad turística se extiende paulatinamente entre las clases medias y en el conjunto de la sociedad. Puede considerarse el momento del salto a la modernización del país en casi todos los campos, incluyendo el político y el económico; pero, también, en el campo del consumo turístico. Sigue aumentando cada año el número de turistas que llegan, remontándose los temores de la crisis económica general de 1973 y los que hubiera podido generar la transición política española. Pero el registro más indicativo en el proceso de constitución de España como sociedad turística es que en 1978 se producen diez millones de salidas al extranjero. Es sólo la tercera parte del número de entradas; pero supone un salto notable. Es el momento del salto hacia el turismo externo (Vasallo, 1999).

Crecimiento del turismo español en un contexto de inestabilidad. Es el momento de fijar posiciones en la estructura social y el empleo, en medio de una creciente tasa de desempleo durante los años ochenta. Salvo hacia el final del período, tampoco es el momento de grandes inversiones, como la vivienda, que, por otro lado, aún no ha comenzado una carrera ascendente de precios de la que se acaban de cumplir quince años²². Ello permite pensar en recursos disponibles para el turismo y, sobre todo, para saldar una especie de deuda simbólica pendiente: la salida al exterior.

Los factores que pueden atribuirse a tal salto son: la incorporación a la mayoría de edad²³ y, por lo tanto, la posibilidad de hacer viajes de las cohortes más numerosas en la historia de España, que, además, crece en una sociedad culturalmente más abierta, educativamente más formada, y que

ya ha incorporado el consumo como actitud vital; pero, sobre todo, lo que puede considerarse el proceso de extensión en el modo de acumulación fordista globalizado, con sus consecuencias: notable crecimiento de la inversión extranjera a partir de la segunda mitad de los años ochenta, aumento de los salarios reales, disminución de la desigualdad en la distribución de la renta entre 1974 y 1980 (Tuñón de Lara y otros, 1991:305), demanda de asalariados cualificados, en un proceso de especialización constante, ampliación de los derechos del Estado de bienestar, incorporación de la mujer al trabajo asalariado y consolidación de la estabilidad económica general e individual (garantía ante situación de desempleo creciente). Todo un proceso que facilita la formación del turista español y la consolidación del proceso de configuración de España como sociedad turística.

Aumenta el número de turistas entre el conjunto de la sociedad española, el de salidas de españoles al extranjero; pero, sobre todo, se produce cierto paso desde las vacaciones hacia el turismo, aun cuando sea con matices. Así, crece el uso que hacen los españoles de los hoteles²⁴, adquiriendo también relevancia el alquiler de apartamentos, con lo que tiene de alejamiento —geográfico, social y simbólico— del «pueblo de origen» para pasar las vacaciones.

3.3. FASE DE CONSOLIDACIÓN DEL TURISMO: 1990-2000

En esta fase, la consolidación del turismo se produce desde, al menos, cuatro perspectivas. Por un lado, la tasa turística se mantiene por encima del 50%, aun cuando ahora su crecimiento es más lento.

Por otro lado, teniendo que ver con los comportamientos, pero también con las actitudes, el viaje turístico queda incorporado como un consumo más, incluso teniendo en cuenta el descenso que se

²¹ En una encuesta aplicada al inicio de los años sesenta, el 20% de las amas de casa de clase acomodada sitúa las vacaciones como la cosa que más echan de menos; pero sólo el 14% de las de clase media (lejos de la buena vivienda y los bienes relacionados con el hogar) y el 6% de las de clase baja (Castillo, 1987:61).

²² Desde 1987.

²³ Por otro lado, hay que tener en cuenta que estas numerosas cohortes nacidas entre 1960 y 1975 son las que retrasan la edad de matrimonio o emparejamiento y la edad en la que tienen hijos. Es decir, entre su mayoría de edad y la de descendencia transcurre una media de diez años en los que hay mayor acceso para la movilidad turística, especialmente teniendo en cuenta que también retrasan el acceso al endeudamiento hipotecario y la limitación de recursos disponibles que conlleva.

²⁴ La evolución del número de viajeros españoles que pernoctaron en hoteles durante este período fue creciente a lo largo del período, pero experimentó diversos altibajos, como la caída del número de viajeros que se produce a partir del año 1977, según los datos de la Secretaría de Estado de Turismo.

registra durante algunos años de este período del turismo al exterior, debido principalmente a las devaluaciones de la moneda. No cesa de crecer el número de noches pasadas en hotel por viajeros españoles²⁵.

El tercero de los aspectos que va en la dirección de la consolidación de la demanda turística española es la incorporación de las clases populares al turismo. Algo que adquiere su especial significación con la publicidad de una agencia de viajes (Halcón) ofertando estancias en el Caribe: los populares anuncios protagonizados por Curro.

Ahora bien, el último aspecto en este proceso de consolidación, que podría denominarse de fijación, tiene que ver con el aumento del acceso a la segunda residencia con finalidad vacacional entre las clases medias. En especial, entre las familias que se formaron entre el final del período anterior y el principio de éste, que básicamente se corresponde con parejas de profesionales, pertenecientes a la referida cohorte numerosa (nacidos entre 1960 y 1975), y en las que los dos adultos se encuentran ocupados, lo que posibilita cierta disponibilidad de recursos financieros, y que en una proporción notable se sitúan sus ocupaciones en los puestos creados por la importante inversión extranjera que se produce en nuestro país durante el primer lustro del período. Se establece así el segundo acontecimiento de movilidad social en importancia en los años abordados. La referida generación del *baby boom* se ha ido ajustando al mercado de trabajo, estando los dos miembros adultos asalariados, lo que se traduce en hogares con relevantes ingresos que se van distribuyendo sucesivamente entre: cambios relativamente rápidos de vivienda principal y de automóvil, turismo y segunda residencia vacacional. Por otro lado, son personas que han viajado, que han hecho turismo y que, en buena medida, lo seguirán haciendo en distintas escapadas

a lo largo del año; pero que parecen haber fijado su destino para las vacaciones.

Se trata de unas escapadas y unas vacaciones planificadas cada vez con menos tiempo, pues la consolidación del consumo turístico coincide con la inserción en el modo de acumulación flexible. Es decir, con un modo de producción que exige mayor disponibilidad de los tiempos de los asalariados, lo que repercute, a su vez, en una menor disponibilidad del tiempo por parte de éstos. Una inserción que empieza por los extremos de la estructura productiva: por los profesionales, por lo que la fijación vacacional de la segunda residencia se convierte en un elemento compensatorio a la creciente falta de anclaje temporal y espacial, y el mercado laboral secundario.

Los viajes turísticos al extranjero es la dimensión sobre la cual es más difícil hablar de consolidación y de convergencia. Por un lado, nos encontramos con el referido registro de oscilaciones, en cuanto al número de viajes turísticos al extranjero, que presentan las cifras oficiales durante el período. Pero, sobre todo, sigue significando al turismo español la comparativamente escasa dimensión de los viajes a destinos extraeuropeos. Como muestra el cuadro IV, ocupa el último lugar, en la Europa de los 15, en tasa turística (por cada 1000 habitantes) que tiene algunos destinos: Túnez, Canadá o China. En este entorno europeo, sólo ocupa un lugar notable en destinos como Marruecos o Brasil, de manera que en este último destino pierde presencia relativa entre el año 1990 y el año 2000. No obstante y salvo en el caso de la India, entre los ejemplificados en el cuadro IV, aumenta la tasa turística en todos los destinos a lo largo del decenio. Es decir, el turismo español sigue siendo de relativa corta distancia, aun cuando parece que cada vez se dirige con mayor frecuencia a destinos más lejanos.

²⁵ Si en 1995 el número de viajeros españoles que pernoctaron en hotel es de 21 millones y el de las pernoctaciones de 58 millones, al final del período, en 2000, los registros que se dan son de 32 millones y 83 millones respectivamente, según los datos de la Secretaría de Estado de Turismo. De hecho, España alcanza en este año 2000, una tasa de llegadas a hoteles de residentes por cada mil habitantes de 938,9, situándose tras las de Suecia (1.600,8), Francia (1.267,6), Finlandia (1.249,8), Reino Unido (1.214), Alemania (1.126,5) y Holanda (1.000,6); pero por encima de las de Italia (866,9) o Austria (924,1). La tasa española alcanzada en este año es semejante a la obtenida por Suecia, Francia o Finlandia unos quince años antes. Ahora bien, la media de noches en hotel por estancia en España se sitúa en 2,95 en el año 2000, por encima de las medias de Alemania, Francia, Finlandia, Suecia o Reino Unido; pero por debajo de las de Italia y Holanda, países a los que más parece asemejarse el comportamiento de España: con relativamente poca extensión social del hotel; pero con uso amplio del mismo, medido en pernoctaciones por estancia.

Cuadro 4
Número de viajeros en miles de los países de la UE (15) a destinos extraeuropeos

	Túnez		EEUU		Marruecos		Canadá		Brasil		China		Costa Rica		India	
	1990	2000	1990	2000	1990	2000	1990	2000	1990	2000	1990	2000	1990	2000	1990	2000
Dinamarca	*	3,67	18,85	27,99	2,80	2,74	3,89	5,15	0,78	3,49	1,15	6,19	0,41	0,34	1,41	3,05
Finlandia	*	3,53	20,79	18,11	5,54	2,28	3,58	3,04	0,00	0,00	1,03	5,42	0,12	0,42	0,68	2,04
Suecia	*	2,78	33,09	36,32	1,72	3,35	3,45	4,14	0,92	2,92	1,23	6,05	0,11	0,17	0,47	0,90
Reino Unido	3,33	5,02	39,05	78,88	1,56	2,30	9,63	14,75	0,44	1,97	1,37	4,76	0,04	0,04	0,23	0,25
Italia	3,34	6,83	6,98	10,62	1,42	2,47	1,59	1,88	1,03	2,94	0,46	1,35	0,10	0,26	4,15	7,50
España	0,87	2,57	6,25	9,04	5,43	6,89	0,63	0,98	1,11	2,30	0,16	0,58	0,16	0,43	1,27	1,26
Austria	5,05	13,77	13,98	21,94	2,10	2,91	2,89	3,78	0,72	3,00	0,71	2,72	0,99	3,06	2,43	3,26
Bélgica	7,48	13,66	13,89	24,41	2,90	7,81	3,22	4,98	0,49	2,44	0,61	2,19	0,30	0,28	1,03	1,87
Francia	8,10	16,99	12,66	18,50	7,99	13,85	4,57	6,88	0,69	2,06	0,90	2,35	0,03	0,05	0,22	0,34
Alemania incluyendo - GDR en el 2000	6,06	12,31	15,20	21,74	2,04	2,57	3,18	4,71	0,79	3,20	0,71	2,34	0,06	0,13	1,00	1,22
Holanda	6,50	4,26	19,08	34,91	1,95	3,75	5,70	8,10	0,81	3,41	0,93	3,72	0,90	1,47	4,72	5,29
Grecia	*		5,30	5,63	0,47	0,22	1,75	1,25	0,52	0,86	0,40	0,92	0,62	1,09	2,41	4,25
Irlanda	*	8,72	28,28	75,65	*	2,90	5,62	8,27	*		0,72	2,65	*	*	0,67	1,21
Luxemburgo	12,00	22,78	27,77	37,79	3,58	4,37	*	7,70	*		2,39	1,56	*	*	7,46	13,90
Portugal	*	1,73	3,51	8,47	1,57	3,07	1,64	1,97	2,08	10,35	0,96	3,78	*	*	0,03	0,05

* No disponible.

Fuente: OMT. Yearbook 1995/1995 y 1998/2002. Elaboración propia.

3.4. FASE DE FRAGMENTACIÓN DEL CONSUMO TURÍSTICO: A PARTIR DE 2000

Más que de una fase, en sentido estricto, se trata de apuntar algunos síntomas que posiblemente conformen los primeros pasos de una nueva fase. Se caracteriza por la relativa estabilidad de la tasa turística de los españoles²⁶. La oferta turística crece en su variedad, facilitando a su vez la fragmentación de la demanda. Empieza a ser difícil hablar de un consumo turístico español con un carácter general. El analista se encuentra con la coexistencia de distintos estilos o formas de hacer turismo, cuya división parece superar la existente entre clases sociales. Categorías sociales como la edad y el sexo cobran fuerza a la hora de explicar los distintos comportamientos turísticos. Una fragmentación de la demanda en la que adquieren un papel relevante: la articulación entre los vuelos baratos de avión, producto de la liberalización, y el uso de Internet, como signo de la tendencia hacia la autoorganización del viaje; y el crecimiento de la adquisición de una segunda residencia para las vacaciones. Es decir, parecen crecer simultáneamente las capacidades para un turismo nómada, capaz de decidir las rutas y destinos turísticos en pocos minutos en función de las ofertas de precios de vuelos y estancias hoteleras que aparecen en Internet; y, por otro lado, la de un turismo sedentario, en el que apenas hay decisión porque se encuentra fijado en la segunda residencia vacacional.

De alguna manera, la organización cada vez más ajustada de la oferta turística y de la propia actividad turística responde al proceso de expansión del modo de acumulación flexible. Un modo de acumulación que para ajustarse más competitivamente a los mercados y la demanda ha de flexibilizar los procesos de producción, en especial utilizando la dimensión tiempo, lo que, a su vez, genera mayor diversidad en las temporalidades de la demanda, al generalizarse tal proceso en el conjunto del sistema productivo, y, por lo tanto, mayores demandas de flexibilidad temporal. Ajustes que permiten menor planificación para la organización del turismo por parte de la demanda, de

aquí que se proyecte en salidas, con lo que se tiene disponible en la oferta, en el momento que el ajuste de la producción permita, ya sea la oferta en Internet, ya sea la segunda residencia: lo que «*está ahí*», en clave de oportunidad. De esta manera, la fragmentación de la demanda turística también se corresponde con la fragmentación de las salidas turísticas a lo largo del año, cuando el turismo se ha consolidado como una actividad habitual y al alcance de la mano. Se produce la flexibilización y la individualización del consumo (Lash y Urry, 1996; Harvey, 1990; Lury, 1997; Castells, 1997, 1998) dentro de la amplia estandarización —y McDonalización— del turismo (Ritzer y Liska, 1997), como origen y resultado de la flexibilización y la individualización en las relaciones de producción, que también se establece, a su vez, sobre marcos de amplia estandarización.

La evolución del turismo español mostrada termina en cierta convergencia con el resto de sociedades turísticas. Aun cuando con retraso, parece que habría dado el salto definitivo hacia la asimilación, dejando a un lado unas particularidades que venían principalmente dadas por la articulación entre retraso económico y ser un destino turístico.

En los últimos años, la oposición entre vacaciones y turismo tiende a ser menos radical. Es decir, las vacaciones se han hecho más turísticas: parte o todos los días de vacaciones se utilizan para hacer turismo por una proporción importante de españoles. Tales días ya no son sólo utilizados para volver al mismo lugar de toda la vida. Se trata, por lo tanto, de un turismo más racionalizado, lleno de decisiones, y menos regresivo.

Dos indicadores marcan el camino hacia la constitución de sociedad turística, más allá del propio aumento de la tasa turística: mayor uso del hotel y mayor proporción de españoles con salidas al extranjero. Aun cuando ambos indicadores, especialmente el segundo, lleven una evolución que aún se encuentra a gran distancia de los registros mostrados por países del entorno como Francia, Alemania, Reino Unido o incluso Italia (cuadro V).

²⁶ Entre 1999 y 2003, el saldo es positivo, con un aumento del 6% en el número de turistas españoles, aun cuando con altibajos en el intervalo (fuente Familitur). Una relativa estabilidad que contrasta con la distinta evolución de otros países en el mismo intervalo: descenso del número de turistas en Alemania, donde la crisis económica parece tener repercusiones; destacado aumento en Italia y, especialmente Reino Unido, impulsado por la extensión de los vuelos baratos y, sobre todo, el crecimiento del PIB por habitante (entre 1995 y 2000 el PIB/habitante crece un 34% en Gran Bretaña); y ha oscilado a lo largo del período en Francia.

Cuadro 5

Peso relativo de los viajes turísticos (más de cuatro días) Al extranjero, entre el total de viajes turísticos realizados
Porcentajes

	1999	2003
Bélgica	85,3	87,3
Austria	81,4	68,5
Dinamarca	77,0	71,6
Alemania	68,6	69,9
Holanda	68,6	78,3
Reino Unido	51,2	*
Portugal	33,4	20,9
Italia	17,4	27,2
Francia	10,8	*
España	9,3	12,6
Grecia	7,9	*

* No disponible.

Fuente: Eurostat. Elaboración propia.

Especial relieve ofrece la evolución del segundo indicador, el de las salidas al extranjero, pues, desde el corto plazo, no puede hablarse de linealidad del mismo. Su evolución a lo largo del último cuarto de siglo muestra bruscos descensos, que pueden explicarse parcialmente por las devoluciones de la moneda, especialmente las anteriores a la entrada en la moneda europea común, y por la propia dinámica del turismo español, donde se pospone la salida a favor de la adquisición de la segunda residencia vacacional. No obstante, la multiplicación de las ofertas aéreas parece que ayudará al aumento de las salidas al exterior por parte del turista español.

Otra de las dimensiones de la reciente evolución es la multiplicación de las salidas turísticas. Mientras la tasa turística evoluciona a un ritmo que puede calificarse de lento, los que viajan lo hacen más a lo largo del año. Además del aumento de la renta, en esta dimensión de la evolución tienen su incidencia factores como: mejores carreteras, el crecientemente renovado parque automovilístico²⁷ y la adquisición de segunda vivienda. Se rompe

parcialmente la fuerte estacionalidad del turismo español, centrado en las vacaciones veraniegas.

Un aumento de las escapadas en las que también parece haber convergencia con el resto de las sociedades turísticas. La escapada se ha convertido en la reacción preferente ante la civilizada y racionalizada vida moderna (Elias y Dunning, 1986), aun cuando, como plantea Rojek (1993:213), la escapada en clave de viajes y tiempo libre acaba convirtiéndose en intensificación y extensión de las rutinas de la modernidad, al ubicarse en el dispositivo que lo estimula y le da salida: la industria turística.

Ahora bien, la conversión de España en una sociedad turística sólo puede entenderse dentro de su comprensión como sociedad de consumo, de manera que: a) el turismo se acepta como un consumo central en la sociedad de consumo de masas, pues domina una de las etapas en el proceso general de incorporación de la sociedad de consumo; b) se entiende como sociedad turística aquella que produce consumidores de turismo, demanda turística, es decir, en la que una parte relevante de sus componentes realiza actividades turísticas durante algún momento del año; c) hay que resaltar el carácter emisor de las sociedades turísticas, frente al carácter receptor de los destinos turísticos; d) sólo tras haber pasado fases anteriores de la constitución de la sociedad de consumo (marcadas por la adquisición de bienes duraderos: televisión y coche principalmente) se alcanza el grado de sociedad turística; e) el modelo que adquiere esa demanda turística está relacionado con las características del modelo de consumo que se implanta; f) el indicador más significativo en la constitución en sociedad turística es la salida al extranjero; g) tal constitución en sociedad turística se hace con relativa dependencia de que repose sobre un espacio en el que se recogen turistas de otras naciones. Precisamente porque España es primero un destino turístico que una sociedad turística puede hablarse de convergencia relativa, quedando lejos en algunos indicadores, como es el de las salidas al extranjero, y por encima en otros, como el de acceso a una segunda residencia, y manteniendo algunas particularidades (vacaciones frente a turismo). Podría hablarse así de un turismo patrimonial, en cuanto paralelamente sirve para la acumulación del patrimonio familiar y, por otro lado, se aprovecha de las oportunidades del patrimonio

²⁷ Durante los dos últimos años se han obtenido records de ventas.

turístico desarrollado como sociedad de destino para turistas de otras naciones.

Por último, la evolución española muestra el carácter reproductivo del turismo dentro del sistema económico, cómo se reproduce un específico sistema económico. El turismo aparece como una industria destinada a intensificar el carácter reproductivo de las vacaciones: no sólo descanso sino descanso gastando. El turismo de masas es, en primer lugar, la consecuencia de la mercantilización de las vacaciones. Ahora bien, un sistema económico en el que el turismo tiene un lugar notable, como es el caso español, condiciona las normas de producción del conjunto del sistema, dirigiéndolas hacia una mayor flexibilidad y una menor regulación²⁸, que, a su vez, exigirá mayor flexibilidad en el momento de que los asalariados concreten su demanda turística. La extensión de la denominada industria turística intensificó la fuerte terciarización de la economía española. En comparación con el modelo industrial, el modelo económico centrado en los servicios y, en especial, la relación de contacto personal, como en el turismo, exige una mayor flexibilidad para ajustarse a las variaciones y necesidades de la demanda.

CONCLUSIONES

El análisis de las fases en la constitución de España como sociedad turística ha mostrado lo que puede denominarse su particular camino hacia la convergencia con las sociedades desarrolladas del entorno europeo, hasta formar parte también de la demanda turística internacional. Un proceso de constitución en el que se ha apreciado el notable retraso con respecto a tales sociedades y la mediación de un aspecto, su lugar como destino turístico. Así, es primero receptora que productora de turistas.

El trabajo ha subrayado el lugar del turismo en la constitución de la sociedad de consumo. Para ello, lejos de considerarlo un consumo más, aparece como el centro de una de las etapas de la sociedad de consumo, configurando simbólicamente tal etapa. Al principio se encuentra el lugar preferente dado a los bienes duraderos, abarcando desde la televisión al coche; pero, después, es el momento del turismo y, en nuestros días, el de los productos

de la información. Transformaciones en la sociedad de consumo que, a su vez, conllevan transformaciones en el sistema productivo en función del peso relativo que tenga en el sistema económico la producción de esos bienes o servicios.

La etapa turística del consumo se encuentra especialmente significada por la internacionalización de las salidas turísticas. Así, se ha concluido que una sociedad es turística cuando principalmente produce emisiones turísticas al exterior. Ahora bien, el proceso de constitución en tal sociedad turística, como fase de la sociedad de consumo, se encuentra condicionado tanto por la evolución de los niveles de renta, como por la ubicación del país en el flujo turístico, ya sea como emisor o como receptor.

Tomando como indicador básico las salidas turísticas al extranjero, la sociedad española ha tenido una evolución lenta y que aún queda lejos de los registros de otros países del entorno occidental europeo. Además, sigue centrándose de manera dominante en los sectores sociales del vértice superior de la pirámide social. Frente al consumo turístico, sigue habiendo una notable desigualdad en la sociedad española. Por otro lado y en comparación con otros países, tiene todavía rasgos de sociedad relativamente sedentaria, pues los destinos al exterior se concentran en las proximidades europeas; además del propio carácter sedentario que hay que dar a las salidas turísticas fijadas repetidamente en la segunda residencia vacacional.

El arraigo del dúo vacaciones (frente a turismo) y segunda residencia vacacional (antes casa del pueblo) refuerza la particularidad en la constitución de España como sociedad turística. Así, no sólo alcanza bastante después que otras sociedades la fase de la sociedad de consumo como sociedad turística, sino que lo hace con notables particularidades.

La importancia relativa de la segunda residencia vacacional parece venir dada por su peculiar característica como país receptor. Al ser una sociedad receptora: a) encuentra reconocidos sus espacios y patrimonios turísticos (factor simbólico); b) se conoce el desarrollo de las infraestructuras vinculadas a los lugares turísticos (factor proximidad); c) se establece la inmediata comparación entre el coste-gasto en hotel y la inversión

²⁸ El ejemplo más notable se tiene en el establecimiento de excepciones normativas sobre horarios comerciales, que son horarios productivos para el abundante número de asalariados del sector, en aquellas localidades catalogadas como turísticas, considerando que grandes centros comerciales se sitúan en ellas sin cerrar un solo día del año.

en vivienda propia para pasar las vacaciones (factor racional). Así, en España, más que la extensión de la mirada del turista (Urry, 1991), puede hablarse de la extensión de la mirada del receptor turístico, con un dominio de la evaluación de las posibilidades de *hacer negocio* con el turismo y de que el turismo *haga negocio conmigo*. Por otro lado, no ha de dejarse a un lado, a la hora de

explicar la tendencia turística hacia la segunda residencia, el lugar que ocupa la vivienda en la constitución de la sociedad de consumo en España.

A pesar de tales particularidades, hay que hablar de la tendencia española hacia la convergencia con otras sociedades próximas. También somos turistas.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- ABELLA, R. (1985): *La vida cotidiana bajo el régimen de Franco*. Barcelona: Argos-Vergara.
- AGLIETTA, M. (1979): *Regulación y crisis del capitalismo*. Madrid: Siglo XXI.
- ALONSO, L. E., y F. CONDE (1994): *Historia del consumo en España*. Madrid: Debate.
- BARCIELA, C., LÓPEZ, M. I., MELGAREJO, J., y J. A. MIRANDA (2001): *La España de Franco (1939-1975)*. Madrid: Síntesis.
- BOTE, V. (1994): «Las vacaciones de los españoles», en S. del Campo (Ed.), *Tendencias Sociales en España (1960-1990). Volumen III*. Bilbao: Fundación BBV, pp. 229-252.
- BOURDIEU, P. (1988): *La distinción*. Madrid: Taurus.
- BOYER, R. (1992): *La teoría de la regulación*. Valencia: Edicions Alfons El Magnànim.
- CALLEJO, J., GUTIÉRREZ, J. y A. VIEDMA (2004): *Transformaciones de la demanda turística española: apuntes prácticos*. Madrid: Ed. Ramón Areces.
- CASTELLS, M. (1997): *La era de la información. Economía, sociedad y cultura. Vol.1 La sociedad red*, Madrid: Alianza.
- CASTELLS, M. (1998). *The End of Millenium*. Oxford: Blackwell.
- CASTILLO CASTILLO, J. (1987): *Sociedad de consumo a la española*. Madrid: Eudema.
- CROUCH, G. (1994a): «The Study of Internacional Tourism Demand: A Survey of Practice», *Journal of Travel Research*, 32 (4), pp. 41-55.
- CROUCH, G. (1994b): «The Study of Internacional Tourism Demand: A Review of Findings», *Journal of Travel Research*, 33 (1), pp. 12-23.
- DURBARRY, R. y M. T. SINCLAIR (2003): «Market Shares Analysis: The Case of French Tourism», *Annals of Tourism Research*, nº. 30 (4), octubre, pp. 927-941.
- ECHEVARRÍA, J. (1999): *La movilidad social en España (1940-1991)*. Madrid: Istmo.
- ELIAS, N. y E. DUNNING (1986): *Queso for Excitement: Sport and Leisure in the Civilizing Process*. Oxford: Blackwell.
- ESPING-ANDERSEN, G. (1999): *Social Foundations of Postindustrial Economies*. Nueva York: Oxford University Press.
- ESTEVE, R. y R. FUENTES (2000): *Economía, historia e instituciones del turismo en España*. Madrid: Pirámide.
- FIGUEROA PALOMO, M. (1999): «La transformación del turismo en un fenómeno de masas. La planificación indicativa (1950-1974)», en C. Pellejero (Ed.), *Historia de la Economía del Turismo de España*. Madrid: Civitas.
- FRAGA, M. (1962): *Nuevo horizonte del turismo español*. Madrid: Ed. del Movimiento.
- HARVEY, D. (1990): *The Condition of Posmodernity*. Oxford: Blackwell.
- LASH, S. y J. Urry (1996): *Economies of Signs & Space*, Londres: Sage.
- LIPSET, S. M. (1960): *Political Man*. Nueva York: Doubleday Anchor.
- LURY, C. (1997): *Consumer Culture*, Cambridge: Polity Press.
- RITZER, G. y A. LISKA (1997): «McDisneyization and post-tourism. Complementary perspectives on conemporary tourism», en C. Rojek y J. Urry (eds), *Transformation of travel and theory. Touring cultures*. Londres: Routledge.
- ROJEK, C. (1993): *Ways of Escape. Modern Transformations in Leisure and Travel*. Londres: McMillan.
- TUÑÓN DE LARA, M., GARCÍA DELGADO, J. L., JULIÁ, S., MAINER, J. C. y J. M. SERRANO SANZ (1991): *Transición y democracia*. Barcelona: Labor.
- URRY, J. (1991): *The Tourist Gaze*. Londres: Sage.
- VASALLO, I. (1999). «Crisis y consolidación. 1972-1982», en VV.AA., *50 años de turismo español. Un análisis histórico y estructural*. Madrid: Ramón Areces.