

por tanto, equivalente al *loisir* francés. Por contra, la *recreación* además de una actividad concreta la consideraremos un estado emocional que puede alcanzarse de tantas formas como personalidades existan³². El *turismo*, por último, es sólo un instrumento para ocupar el tiempo de ocio pero, agrupadas todas sus variantes, se perfila como el más extendido y completo de cuantos existen.

1.2. EL NIVEL DE DESARROLLO DE LA GEOGRAFIA DEL OCIO EN ESPAÑA

1.2.1. La problemática heredada

Cualquier análisis, por superficial que sea, que contemple el nivel de desarrollo de la geografía internacional y sus diversas ramas recogerá, entre sus conclusiones finales, un atraso sustancial de los estudios propios de la geografía del ocio, si bien es cierto que en algunos ámbitos tal atraso se ha paliado sustancialmente³³. Podemos enumerar dos o tres causas que, en todos los países, han contribuido a que el estudio de las actividades de ocio quedara rezagado. En primer lugar hemos de colocar “la relativa juventud del auge de los comportamientos relacionados con el ocio”, que marcó decisivamente el tardío comienzo de los estudios serios sobre la materia, por parte de las diversas disciplinas que en ella tienen cabida (Sociología, Geografía, Psicología, Economía, etc.). No obstante, a diferencia de otras, la doctrina geográfica se vió afectada de una demora aún mayor, que le vino impuesta por sus propias peculiaridades como ciencia, muestra de las cuales fue su aguda debilidad institucional hasta los años sesenta.

La segunda causa general se desprende del nulo prestigio que en muchos foros ha tenido el estudio del ocio, por considerarlo materia de escaso interés científico. A consecuencia

³² Sin embargo, a pesar de esta diferenciación esencial, cuando abordemos el análisis territorial nos referiremos indistintamente a espacios de ocio y espacios recreativos.

³³ Nos referimos básicamente a las geografías anglosajona, germana, francesa y, en menor medida, italiana.

de ello, el número de investigadores que han venido optando, como temas preferenciales, por las actividades y comportamientos de ocio, ha sido reducido³⁴.

Por último, entre las causas comunes a todos los ámbitos, puede señalarse una tercera, íntimamente relacionada con la anterior, derivada de la mínima atención que las administraciones públicas han prestado a estas cuestiones; ello se ha traducido en una carencia de estudios serios, de estadísticas fiables y de cualquier tipo de información útil sobre recreación, ocio y turismo³⁵. Esto ha supuesto, lógicamente, un hándicap de partida para cualquier investigación sobre la materia que nos ocupa, que ha debido prescindir, en la mayoría de los casos, de una plataforma previa. Es obvia, por tanto, la influencia negativa de estas circunstancias sobre los investigadores a la hora de elegir su campo de estudio entre los posibles que la disciplina ofrece.

A pesar de lo dicho hasta el momento, no cabe duda que los trabajos sobre geografía del ocio han aumentado sustancialmente en España durante la década de los ochenta y continúan en una curva ascendente que se gestó en la década anterior. Como ya hemos insinuado, la demanda de espacios turísticos y la mayor consolidación de la ciencia geográfica - tanto en lo institucional como en lo epistemológico- han sido dos factores clave de este crecimiento.

Luis³⁶ ha visto de esta forma el proceso acaecido en los tiempos recientes, en la geografía del ocio: *Creemos, sin embargo, que lo acontecido en nuestra ciencia desde los años 60 puede entenderse muy bien, en lo fundamental, tomando como hilo conductor el cambio que supuso para la geografía del ocio la aparición y consolidación del paradigma teórico-locacional; proceso que solamente puede analizarse atinadamente si se presta atención a la bibliografía escrita en lengua inglesa(...). Se puede afirmar hoy en día la existencia de un consenso generalizado entre un sector significativo de*

³⁴ Luis Gómez, A: *op. cit.* p. 80

³⁵ Salvando, claro está, en el caso de España el interés mercantilista por los estudios de oferta y demanda del turismo de playa, fundamentalmente internacional, por su decisiva aportación de divisas.

³⁶ Luis, A.: *op. cit.*, p. 120.

este ámbito al definir como campo "específico" de la "recreational geography" la investigación de las regularidades existentes en los comportamientos espaciales de determinados grupos sociales a la hora de satisfacer ciertas necesidades, así como de los procesos desencadenados por ello (...). El resultado de todo lo que acabamos de exponer fue la aparición con intensidad, primeramente en el área anglosajona, de numerosos trabajos cuya finalidad era poner de manifiesto la "regularidad espacial" subyacente en la distribución de las localizaciones o asentamientos de ocio -la oferta- y en las actividades -la demanda- que llevan a cabo ciertos grupos sociales.

Posteriormente el mismo autor argumenta la dificultad de proseguir en esta línea de investigación -W. Christaller señaló ya la problemática de elaborar leyes en el campo de la geografía del ocio- y la tendencia siguiente de sustitución de la citada aproximación teórico-locacional por la elaboración de modelos espacio-temporales que explicaran el desarrollo turístico³⁷.

La línea desarrollista de la geografía internacional del ocio tiene su ecuador en el año 1972 al crearse dentro de la Unión Geográfica Internacional (U.G.I.) un grupo de trabajo sobre la materia³⁸. Tal iniciativa ha contribuido decisivamente a dar el espaldarazo definitivo a una parcela de estudio cuyos progresos han sido intensamente demandados por la sociedad. Afortunadamente España sigue de cerca el desarrollo reciente del citado grupo y durante la semana del 25 al 30 de Agosto de 1986 se celebró, en Palma de Mallorca, una reunión de la Comisión número 13 -Geografía del Turismo y del Ocio- de la U.G.I. Más tarde de consolidó en el seno de la Asociación de Geógrafos Españoles (A.G.E.) el grupo de trabajo de Geografía del Ocio, Recreación y Turismo.

³⁷ *Ibidem*, p. 121.

³⁸ Ya en 1.980 este grupo se convertiría en Comisión dentro de la U.G.I. bajo la denominación de *Geografía del Turismo y del Ocio*.

1.2.2. Perfil reciente de la geografía del ocio española

Nuevamente debemos remitirnos al trabajo de Luis, puesto que se encuentra entre los muy escasos geógrafos que han abordado un estudio evolutivo de la geografía española del ocio. En su obra es contundente cuando caracteriza la situación de aquélla, afirmando³⁹: 1° LLama la atención la debilidad institucional de esta rama en nuestro país; 2° Destaca el absoluto predominio del paradigma regional; 3° Lo dicho hasta el momento no significa de ningún modo dejar de reconocer la existencia de una evolución en el tratamiento dado por parte de la geografía española a nuestro tema desde el año 1962 hasta la actualidad, aunque no debiera olvidarse que la misma se ha producido siempre sin abandonar las diversas orientaciones que conviven dentro del enfoque clásico(...)

Tal caracterización queda enmarcada por este autor en el contexto de una geografía española de corte clásico donde la región, el espacio o el territorio son, en sí y por sí mismos, su principal objeto. Culpa de ello a nuestra dependencia de las directrices geográficas francesas y a nuestra ignorancia de la geografía social inglesa y alemana.

Esencialmente la argumentación de Luis no carece de verdad y sintetiza bien las peculiaridades propias de la geografía española del ocio, que explican su retraso actual. No obstante, nosotros pensamos que su tesis está radicalizada en algunos aspectos. Por ejemplo, el autor salva de su crítica a algunos geógrafos concretos, entre ellos Valenzuela, argumentando que en 1981 éste *llamó la atención sobre el interés de dedicarse no solamente a cuestiones que tienen que ver con la infraestructura u oferta necesaria para que puedan desarrollarse las actividades de ocio, sino también con las motivaciones de los usuarios o con la demanda, lo cual introduce otro elemento novedoso*⁴⁰. Los que nos dedicamos a la geografía en mayor o menor medida sabemos que son muchos los geógrafos que en España conceden al factor humano -en cuanto *ser* con motiva-

³⁹ Luis, A.: *op. cit.* pp. 211-212.

⁴⁰ *Ibidem*, p. 193.

ciones y demandas concretas- la importancia que merece, no siendo, por tanto, un caso aislado el de Valenzuela, tal y como Luis lo presenta.

Por otra parte Luis alcanza sus conclusiones tras el análisis de la producción científica sobre geografía del ocio en los departamentos de las universidades españolas (concretamente analiza ciento cuarenta y ocho obras), extrapolando inmediatamente sus resultados a la situación de la geografía del ocio en España. Pero olvida Luis a la geografía no universitaria. Sabemos que hoy son ya numerosos los trabajos centrados en el turismo de playa, turismo rural, espacios recreativos, etc. realizados por geógrafos cualificados fuera de los departamentos universitarios, ya sea en gabinetes de estudios, administraciones públicas, otros organismos de investigación, etc. Es por ello que, antes de enunciar las conclusiones inicialmente citadas, este autor debiera haber tenido en cuenta esta vertiente no universitaria de la geografía del ocio, aunque no ignoramos el costoso esfuerzo que un análisis de esta índole supone.

Pese a todo, creemos conveniente recoger aquí las tres recomendaciones con que Luis finaliza su trabajo, guiado por la pretensión de que sean *la estrategia que debiera utilizarse en el caso de que se desearan solventar algunas de las dificultades por las que atraviesa la rama a la que hemos dedicado nuestro estudio*⁴¹:

-(...) tener muy presente lo acontecido allende nuestras fronteras desde el punto de vista conceptual y metodológico.

-(...) por un lado abandonar ese sincretismo o eclecticismo inconsciente (...) y, por otro, incorporar unos planteamientos teóricos y técnicos científico-sociales.

-(...) la fijación en primera instancia de problemas significativos que merecen la pena ser abordados -y no de espacios, paisajes, territorios o regiones- y la especialización (...).

Tales recomendaciones son, en todo caso, aprovechables y su puesta en práctica enriquecedora sin lugar a dudas, aunque estamos convencidos de que desde hace largo tiempo están en la mente de buena parte de los que nos dedicamos al quehacer geográfico.

⁴¹ *Ibidem*, p. 214 y ss.

Sin ningún género de dudas, la geografía del ocio en España se encuentra en un grado de desarrollo inferior al deseable, aunque en cierto modo esperanzador, ya que la marcha de los trabajos en esta disciplina es ascendente. Precisamente porque esto es así, es aconsejable no ignorar en nuestras investigaciones las aportaciones que, desde otros campos del conocimiento, han tenido como objeto de estudio al ocio, tiempo libre, turismo, recreación, etc.; ellas añaden elementos de juicio que el geógrafo debe tener en cuenta.

1.3. CAUSAS EXPLICATIVAS DEL CRECIMIENTO DE LA DEMANDA DE ESPACIOS Y ACTIVIDADES DE OCIO

En relación con la evolución ascendente de la geografía española del ocio conviene señalar que son muchas las causas que contribuyen a explicar el que las actividades de ocio hayan sido demandadas con mayor fuerza desde los años setenta, provocando inmediatamente cambios de interés en el territorio y en los propios demandantes.

1.3.1. Causas generales

No debemos ignorar que, entre éstas, tres han sido determinantes y han quedado recogidas en su momento por varios estudiosos de la materia⁴². En primer lugar la “disminución de horas de trabajo”, que por una parte se traduce en el recorte semanal de horas laborables (de 60, a principios de siglo, a 37-

⁴² Simmons, I.G.: *Rural Recreation in the industrial World*. London. Edward Arnold, 1975, pp. 16-21; López Ontiveros, A.: “El desarrollo reciente de la caza en España”. En: *Supervivencia de la montaña. Coloquio Hispano-Francés sobre las áreas de montaña*. Madrid, M.A.P.A., 1981, pp. 271-297; Knetsch, J.L. y Davis, R.K.: “Comparación de los métodos empleados para la evaluación del uso del suelo con fines de recreación”. En: Van Doren, C.S. y otros: *op. cit.* p. 382; García Alvarez, A.: *op. cit.* p. 25; Escorihuela Mezquita, E.: “Expansión del turismo social”. En: *Estudios Turísticos*, nº 30, 1971, pp. 8-12.