

• INTRODUCCIÓ A L'ASSIGNATURA

Sector turístic creixuda i canvi molt important mundialment. El turisme és diferent en països rics i pobres.

Les persones es mouen per diferents motius:

- **1er motiu** Caça, guerra i religió
- **2n motiu** comerç i oci

A l'Edat Mitjana es coneixen els primers pelegrinatges (camins a nivells personals): Santiago de Compostel·la i Terra Santa.

Després de la 2a GM el turisme apareix coma fenomen de masses.

- Generalització de les relacions comercials: Avions
- Increment del temps de lleure
- Increment del jornal
- Increment del període de vacances
- Baix cost del petroli
- Generalització del transport (públic i privat)
- Increment de l'esperança de vida: més ofertes per la gent gran permet que el turisme sempre estigui actiu i no sigui tan estacional.
- Desenvolupament dels mitjans de transport: noves destinacions
- Increment constant de les relacions comercials
- Generalització del cotxe (60's gran invasió)

+moviment personal

1950–1996: 25 milions de turistes a 500 milions

Cada dècada es duplica el nre. de desplaçaments. Aporta milions de dòlars.

A partir dels 90 continua el creixement, però lent. El sector turístic es manté viu i es mouen molts diners. Ingressos del 2% al 12%

Gran creixement de l'economia: la gent busca cobrir les necessitats d'oci.

Altres sectors tb es beneficien pq repercuteix cap al país receptor.

Font d'ingressos: la societat en general surt beneficiada. Ex: restaurant, pagesos, granges, transportistes...

EFFECTE DOMINÓ I MULTIPLICADOR

TURISTES

Sector públic Serveis domèstics Importacions

Serveis Reactivació sector per part dels

Immobiliari altres

Impostos i

llicències

Espanya és el 3er.país més visitat del món i el 2n a nivell d'ingressos. Cada any augmenta la seva quota de mercat.

Espanya interessa als sociòlegs i geògrafs: va lligat als paisatges. Cada vegada és més important l'espai pq suporta tot el pes i els impactes (medi ambient i físic).

Hi ha aspectes del territori que són motius de desplaçament. La geografia és el motiu de desplaçament, i de queixa (temps). S'ha de conèixer bé el territori pel seu bon funcionament en relació al turisme.

- **DEFINICIÓ DE CONCEPTES: TURISME, OCI**
- **Definició modernista**

El turisme modernista comença a interessar entre el 1919 i el 1938 i comencen a sorgir els primers escrits en relació al turisme, al qual no hi ha un concepte únic ja que té complexitat de relacions.

És difícil definir sota un concepte modernista per:

- Llindar espacial
- Llindar temporal Totes estan mancades per alguna cosa
- Motivacions (pq són perspectives)
- Naturalesa del turisme

LLINDAR ESPACIAL

És problemàtic pq es necessita marxar. Ets turista si passes de 100milles. Fer el turista en un espai quotidià no és igual que ser turista en un espai poc habitual. El fet que un espai no sigui quotidià té una perspectiva molt diferent. Lo quotidià condiciona un espai i la relació entre individu i territori.

Sempre tenim una dialèctica amb el medi q es pot veure afectat en la quotidianitat. Si l'espai és conegut parlem d'**OCI**.

LLINDAR TEMPORAL

L'**OMT** diu q tenim q trencar amb lo quotidià i marxar més d'una nit (pernoctar)

En el turisme el temps és limitat, en l'oci no.

Mathieson i Wall (1982) mov. Temporal de persones en un període inferior a un any a destinacions fora del lloc de residència i de treball. Les activitats dutes a terme duran l'estada i les facilitats creadores són per satisfer les necessitats dels turistes.

D.Boniface & Cooper mesura del temps que sobra després del treball, de dormir i de les tasques domèstiques és **oci**.

El turista pensa en tornar des del moment de sortida a diferència del viatger que pot tornar o no (pelegrí), s'implica a nivell personal.

MOTIVACIONS

El turista no té motius econòmics, sinó personals més endavant es relacionarà amb motius de treball.

Hi ha una escola q només té en compte si utilitza algun tipus d'allotjament, i una altre més restrictiva que diu que qui viatja per negocis no és turista. Seran turistes els qui viatgin per motius d'oci.

NATURALESA DEL TURISME

Experiència més restrictiva, noves maneres de fer turisme, que també esta pensat, buscant la màxima sortida de les necessitats personals.

Sector econòmic molt permissiu per qui l'interessa en B°. Ex: en Costa Brava es construeix sense tenir en compte el medi.

ALTRES DEFINICIONS

Oferir serveis, moure's/conèixer, intercanvi de persones, oferta d'activitats d'oci/demanda, descobrir territoris–motivacions, efecte dominó, donar a conèixer una ciutat–B°/consum/riquesa, descans (2a residència)

D.Hunziker i Krapf 1942 En plena guerra mundial. Suma de fenòmens i relacions que sorgeixen dels viatges i de les estades dels no residents, que no estan lligats a una residència permanent ni una activitat remunerada.

Fa una definició molt àmplia i poc definidora. Se'n oblida dels fins terapèutics, per exemple.

Bukart i Medlik 1981 Introdueix vacances i oci en contraposició de treball. No té en compte els motius lúdics, laborals o professionals (fires i exposicions) La gent que ha vingut per motius.

Hi ha una vaguetat del concepte del moviment o desplaçament curt.

Altra def de 1942

Actua temporalment l'activitat turística en un període no superior a un any. Hi ha un espai receptor que fa una oferta. Recull les motivacions del turista.

OMT 1994 def. Àmplia, flexible i només amb aspectes positius. Delimita l'activitat durant l'estada i la localitza (fóra de l'entorn habitual).

1995 –aclaració–

Entorn habitual lloc de residència i que freqüentem habitualment/sovint.

El concepte turístic té una història relativament jove No hi ha una única def correcta o incorrecta. Totes les aportacions enriqueixen el terme turisme. A totes es poden fer crítiques i matisar.

• Definició post–modernista

Conceptes contraris (antagònics):

- Dinàmic/estàtic
- Amfitrió/hoste
- Autèntic/inautèntic
- Antic/modern

DINÀMIC/ESTÀTIC

El turisme és dinàmic pq és desplaçament per diversos motius, i és estàtic quan arribem a algun lloc i no ens movem.

AMFITRIÓ/HOSTE

Tot procés turístic té un espai emissor (emet hostes) i un receptor (amfitrions). Pot generar conflictes pq el costum dels turistes es xafardeja i els amfitrions volen preservar la seva intimitat.

AUTÈNTICITAT/INAUTÈNTIC

Autenticitat? Essència del medi.

El turista va a consumir la imatge d'una realitat complexa d'un lloc. Imatge per complir la demanda dels turistes.

El turista sap que hi ha coses que no són autèntiques xo no importa.

El turisme neix al s.XX en una mirada romàntica i més tard entra en conflicte amb la mirada col·lectiva.

El turisme busca tant el que és nou com el que és vell. Tb busca la comoditat.

• De l'espai contemplat a l'espai consumit

Fa que es creï un concepte nou: Percepció del paisatge, condicionada per diferents elements.

Inseguretat davant l'espai nou. El turista tb té una motivació lúdica selecciona l'espai i té un comportament davant l'espai.

Elements bàsics del concepte de l'activitat turística

- Demanda BiS que la gent demanda
- Oferta fa referència al conjunt de productes la societat receptora pot rebre
- Espai geogràfic espai físic on té lloc l'oferta i la demanda. S'ha de tenir en compte.
- Operadors del mercat empreses q tenen la funció de facilitar les relacions entre la demanda i l'oferta.
Ex: Agències.

• FACTORS FÍSICS DE L'ACTIVITAT TURÍSTICA

Importància del clima

El clima determina la vegetació i la capacitat d'alimentar una població portant avantatges o inconvenients. Els animals poden dependre del clima.

El turisme està lligat al clima a llarg o curt termini.

• Localització i climatologia

Temps fa referència a la climatologia. Estat físic de l'atmosfera en un moment determinat.

Clima climatologia més general. Domina un lloc. Conjunt de condicions meteorològiques.

L'atmosfera: barreja gasos q envolten la terra i exerceixen una pressió: pressió atmosfèrica.

Molta pressió sequera (deserts)

Poca pressió humitat (pluges)

Vents A l'hemisferi Nord van de les altres a les baixes pressions. Les altres pressions (+) giren com el rellotge. Les baixes (-) al revés. A l'hemisferi Sud passa al contrari.

Quan entren en contacte dos masses de signe contrari, es crea un **front polar**. La dinàmica atmosfèrica causa les diferències de temps.

ZONES CLIMÀTIQUES CÀLIDES

Gran insolació anual, 30°. Es diferencien tres climes.

EQUATORIAL

Es troba entre paral·lels 2°–8°N. Les temperatures són elevades (27°C). L'oscil·lació tèrmica anual sol ser inferior a 3°C. En canvi, l'oscil·lació diària és de 10°C. Els vents són suaus. No hi ha estació seca.

Hi ha molta vegetació (Selva Negra), degut a les precipitacions (2000 l/m²) que es solen donar a mitja tarda (matins rasos, a mesura que avança el dia es tapen els cels i acaba plouen. Els rius són molt cabdalosos.

TROPICAL (CONTINENTAL)

Es troba a l'interior de les zones tropicals. Hi ha una oscil·lació tèrmica de 3 a 10°C. Les precipitacions són molt més variables (500–2000 l/m²). La vegetació és mes espessa quan més a prop de l'equador, si ens allunyem apareix la SABANA amb plantes xeròfiles. Hi ha estació seca (mesos que no plou).

TROPICAL (MARÍTIM)

Està influenciat pels vents Alisis oceànics. Precipitacions: +1000 l/m².

TROPICAL MONZÒNIC

El montzó es un vent que a l'hivern bufa a les altes pressions de Sibèria Oriental cap a les baixes pressions del Sud.

DESÈRTIC CÀLID

Es troba entre els 20 i 30° de latitud N i S (Aràbia, Pakistà). No hi ha hivern fred. Entre els 5 i 30°C. Hi ha una gran insolació, temp. molt elevades i molt diferenciades. Plou poc: 250 l/m².

DESÈRTIC FRED

Es troba entre els 20 i 30° de latitud (Àfrica i Arizona). L'hivern és molt fred i l'estiu molt calent amb pluges irregulars.

ZONES CLIMÀTIQUES TEMPERADES

Es troben entre els 30 i 60° de latitud N–S. Hi ha estius i hiverns amb grans oscil·lacions tèrmiques. Les

pluges varien dels 500 als 5000 l/m².

MEDITERRANI

Les pluges torrencials provoca la crescuda de rius a la tardor. Sequedat a l'estiu.

Hemisferi nord– fred

Influències

Hemisferi sud– calor

Les temperatures són variables i suaus. A l'hivern el fred no és molt fort.

OCEÀNIC

L'hivern es molt fred i estiu fresc. La influència del mar suavitza. Les pluges són constants tot l'any.

Vegetació: freixes, roures i faig.

CONTINENTAL

El més típic. Hiverns freds i secs amb rius congelats i precipitacions en forma de neu i estius càlids i plujosos.

Vegetació: als Sud zones de pastura. (Rússia i Canadà).

XINÈS

A la façana oriental. Pluges tot l'any sobretot a l'estiu. Clima calorós i humit amb hiverns suaus. Vegetació: bosc caducifoli i el típic dels boscos tropicals.

ZONES CLIMÀTIQUES FREDES

POLAR OCEÀNIC

Entre els paral·lels 50–70°. Les temp. poden arribar a –10°C. Vegetació: tundra (molses i fongs, líquens).

Precipitacions 400–500 l/m² l'any en forma de neu.

GLACIAR CONTINENTAL

Les temperatures poden arribar als –80°C. No hi ha vegetació, les neus són perpètues i molt profundes.

ALTA MUNTANYA

Grans contrastos de temperatura entre el dia i la nit. Altres precipitacions a les parts on bufa el vent. Vegetació escalonada. Ex. Andes, Alps i Himàlaia.

1000m prats de cultiu

1800m roures i freixes

2500m avets i pins

–3000m / _/

El clima com a recurs turístic:

- Riquesa constant i renovable. No es fa malbé i és un gran recurs publicitari treuen el millor aspecte del clima.
- Riquesa repartida de forma desigual en el planeta i sotmesa a una gran variabilitat temporal. La gent es pot decantar cap a un altre tipus de turisme.
- Recurs únic No és emmagatzemable, implica un desplaçament.
- És un recurs natural q participa de tot el conjunt de circumstàncies que afecten a les persones.

El clima com a inconvenient turístic:

- Determina les formes d'acollida i d'estància, el tipus d'allotjament i les activitats recreatives.
- Poden fer que l'activitat turística canviï de forma cíclica (en funció de les estacions).

ZONES TEMPERADES

- ◆ Temperatures elevades amb molta insolació. Pluges que coincideixen la sequera amb la calor més intensa.
- ◆ Encant i varietat de paisatges.
- ◆ Riquesa d'un passat i la cultura.
- ◆ Facultat d'accés i proximitat.

MÓN POLAR

- L'activitat turística és molt reduïda.

ESPAIS TROPICALS

- Cada vegada reben més gent.
- Tròpics secs turista de gran luxe amb l'objectiu de contemplar el paisatge. Itineraris de caràcter esportiu.
- Tròpics plujosos major part dels turistes dels tròpics. Gran exotisme pel tipus de cultura.

Exigències bàsiques del turista en relació al clima

- Seguretat l'activitat turística és incompatible amb el risc de catàstrofes naturals. Posen en perill la vida i els béns dels turistes.

El turista es pot instal·lar fàcilment en llocs que són per si sols perillosos o realitza activitats amb risc elevat.

En gestió turística i davant la implicació d'una activitat turística o a un allotjament, s'ha de contemplar la possibilitat de catàstrofes naturals.

- Disfrutar és imprescindible passar-s'ho bé, que faci bon temps x poder fer l'activitat a l'aire lliure.

Influència psicosomàtica del sol (determina l'humor) **Laurent (1967)** el sol ens permet benestar.

El llindar mínim de precipitacions són 4 dies de pluges al mes, són òptims x l'activitat turística i no contrarien els turistes (L.Brunet 1970).

Si es llueix bronzejat significa q has fet vacances (mesura el nostre nivell adquisitiu).

- Confortabilitat i salut la confortabilitat suposa descans en la lluita contra les agressions exteriors.

Un clima confortable no implica un esforç pel cos humà per mantenir l'equilibri del medi interior.

No existeix un clima ideal q duri tot l'any. Cal evitar presentar una regió com millor o pitjor. Cal reconèixer els caràcters propis de cada clima i det quina forma de turisme és la més convenient.

- Diferents tipus de paisatges

El paisatge i la vegetació vénen molt determinats pel clima.

Deserts vegetació extremadament dispena i costa de regenerar-se (excepte els oasis).

Antàrtida coberta de gel no permet la vegetació ni animals (excepte a la costa).

Zones tropicals vegetació molt frondosa.

Les formes de relleu vénen determinats pel clima i els seus agents (vents, aigua...). L'erosió depèn molt de la cobertura vegetal, on hi hagi massa arbòria l'erosió és molt important **Desforestació**

En el darrer segle la Selva s'ha desforestat de manera abusiva i el calentament de la Terra s'ha observat en l'avanç dels deserts.

Evaporació i transpiració

L'aigua torna a l'atmosfera plantes

Evaporació

PAISATGE DEL CLIMA TROPICAL HUMIT

Temperatures elevades: 20°C aprox.; són estables. El cel és gris per l'evaporació constant a través de les plantes pluges abundants: 2000 l/m2. Paisatge: Selva Verge. L'efecte de la humitat i pluja constant afavoreix la vegetació. Les fulles que cauen esdevenen adobs (humits) q afavoreixen el creixement constant de plantes. El modelat del relleu és molt curiós.

<i>Paisatge uniforme</i>	<i>Riu vermell i vall àmplia</i>	<i>Turons de Selva densa i terres alterades</i>	<i>Pans de sucre dels flancs escarpats</i>
Molta roca calcària Dissolució per H ₂ O	La selva cobreix la part baixa. <u>Sabana</u> terres àcides, pobres sense humitat	Petits turons amb pendents convexes. Separen les valls fluvials bens drenades	Erosió química de la roca.

PAISATGE DE LA ZONA TROPICAL SECA

L'època seca dura 8–9 mesos. Les precipitacions són molt escasses i irregulars d'un any per l'altre. L'ecotranspiració és molt gran pq el sol xucla la humitat del sòl.

Si la sequera dura més de 3 mesos trobem un paisatge de sabana arbustos.

<i>Replans coberts de sabana</i>	<i>Planta baixa de sabana pare</i>	<i>Replans escalonats i amb carcasses</i>	<i>Plana sorrera i estepa arbòria</i>
----------------------------------	------------------------------------	---	---------------------------------------

Àrees +saludables i poblades. Replans lluny +erosionats.	Arbres agrupats. Efecte escorreria Rius permanents	Vegetació escassa. Arbres grans aïllats sòls secs. Molta erosió 3	Propi del clima d'estació seca (8m) Estepa espinosa Petites dunes fixes x la vegetació
--	--	--	--

3.Procés de formació de la corassa:

En l'estació de pluges l'aigua es filtra a les roques del sòl, i a l'estació seca, l'aigua es diposita en sals ferruginoses procedents de les roques descomposades. L'acumulació forma una corassa la degradació del sòl és irreversible.

El conjunt tropical està molt pobla a escala planetària (20%) i concentra un 40% de la població mundial. Ex: Àsia.

Hi ha terres tropicals q poden ser cultivades de manera intensiva. El tipus d'agricultura pot ser molt divers.

Àfrica: agricultura itinerant.

Amèrica del Sud: agricultura extensiva

Una manera de no sobreexplotar la terra es deixar-la en repòs. Ex: a l'Àfrica es crema la terra i cultiva sobre les cendres. Així s'assegura un equilibri mentre la població no és gaire.

PAISATGE RURAL A L'ÀFRICA TROPICAL EN ZONES SEQUES

Les dones solen ser les q es fan càrrec. Cultiu permanent. Mendioca, Yuca. En els boscos galeria no hi ha cultiu. Humitats i inundacions. Abundància d'insectes.

Àfrica: Han trobat la manera, tenint el mateix clima de no haver-se de desplaçar. Aprofitament dels alutons x enriquir les terres pq són dèbils. Han evitat les crescudes dels rius.

Boscos que han anat guanyant a la selvacamps d'arròs.

Camps inundats arrossars. Riu canalitzat x avaluar les aigües sobrants. A les muntanyes mitjanes tb plantacions de té.

El poder adquisitiu té molt a veure amb la producció.

Amèrica llatina tropical Ús extensiu del sòl. Granges de ramaderia prop de les vies de comunicació. El bestiar és x vendre.

Ús intensiu del sòl pel bestiar boví i les plantacions de cafè: camperols sense terra i famílies expulsades.

Plantació de canya de sucre. Forta erosió comerç exterior. Camperols cultiu x autoconsum. Terres guanyades a la Selva, petites explotacions dedicades a cultius: bananes, cafès i pebres.

PAISATGE NATURAL DE LA ZONA ÀRIDA

Massís muntanyós formes abruptes, parets rocoses i nues. **Conjunt de dunes, plana rocosa: reg** envolta el conjunt dunar, plana nua, sense vegetació. Replans (mesetes) estructura sedimentària, roques més o menys dures exposades a l'erosió. Cornises abruptes. Fortes pendents.

És difícil que es doni el cultiu, a part del clima, pels recursos de cada país. A Califòrnia gràcies a gran inversió en tècniques ha permès la plantació d'arbres fruiters, cotó, cafè o té. Aquests països poden produir molt entrant en competència amb els països en vies de desenvolupament. Als p. en vies de desenvolupament el sistema de canalització d'aigua compartida amb altres propietaris. Donada l'escassetat, cadascú pot aprofitar l'aigua un temps determinat.

PAISATGE DE LES ZONES TEMPERADES

Es concentra la majoria de la població i representa 1/5 part de les terres emergides.

Clima oceànic paisatge de campanya openfield: capa material sobre la roca mare que suavitza les formes. **Vall** suau pendent escalonat (terrasses). Oms a la ribera del riu. **Paisatge de bocatge** camps tancats amb arbustos. Pluges i sòl impermeable, donen impressió d'humitat. Paisatge canviant x l'acció de les màquines x rentabilitzar les terres. Z. De pasturatge, pluges constants.

Clima mediterrani la garriga formació vegetal baixa, matolls. Deixa veure la roca. Degradació del bosc d'alzines (foc, pastures). Adaptada a la sequedat. Erosió abrupte per les pluges torrencials i la dèbil cobertura vegetal. **Vall** riu escampa la sorra, crescudes a la tardor i primavera. Difícil circulació per inundacions. Aiguamolls. Possibles focus de paludisme (sanejament). **Màquia** +verda q la garriga, degradació del bosc d'alzines. Es veu la roca nua. Pins q han sobreviscut al foc. Escassos cultius a la plana.

Clima continental Típic de la z.temperada (centre Europa). Al nord es concentra la taiga, al sud els arbres de fulla caduca i entre mig la praderia i l'estepa.

PAISATGE DE LES ZONES FREDES

Periglacial subsòl desert de vegetació permanentment glaçat. Desnivells abruptes i terres argiloses esquerdats. Sòls poligonals. El gel retreu la superfície. Manca de vegetació. Barren grands o Desert de gelivació. **Vall fluvial** durant el desglaç a finals de primavera es produeixen fortes crescudes del riu. Hivern, tala d'arbres i transport a la primavera x riu. Paisatge de tundra (molsa). Creix la vegetació baixa malgrat estar el sòl glaçat. Tundra a les regions humides. Més al sud, la vegetació més densa, trobem el taigà (bosc de coníferes).

Domini glacial L'Inlandsis casquet polar glaçat de forma permanent i la banquisa, aigua del mar congelada. Accessible per raons científiques i d'estratègia per les potències. **Fiords** valls invadides pel mar a molts metres de profunditat. **Turonets glacials** erosionats per l'acció del gel. La forma ondulada suau. **Llacs** formes variades amb platges sorrenques on l'aigua s'extén quan desglaça a l'estiu. Domini de la tundra.

L'espai turístic i les pràctiques turístiques

L'espai terrestre és la matèria prima del turisme. **Word i Dubois (1972)** afirmaven: L'ésser humà habita dos móns. Un és el mon natural de les plantes i els animals, dels sòls, de l'aire i de les aigües, q l'han precedit en mils de milions d'anys i del qual forma part. L'altre, és el món de les institucions socials i dels artefactes q construeixen pel seu profit amb les seves eines i màquines, la seva ciència i els seus somnis per aconseguir un medi obedient als propòsits o a les directius humanes.

Medi natural

Medi urbà configura l'espai turístic i els seus atractius

1. Espais naturals 1.1 muntanyes

1.2 planes

- 1.3 costes
- 1.4 estanys i aiguamolls
- 1.5 rius i rierols
- 1.6 gorges i salts d'aigües
- 1.7 llocs d'observació de fauna i flora
- 1.8 llocs de caça i esca
- 1.9 camins artístics i bucòlics
- 1.10 aigües termals
- 1.11 parcs naturals i reserves de flora i fauna
- 2. Museus i manifestacions culturals històriques
 - 2.1 museus
 - 2.2 obres d'art i tècnica
 - 2.3 llocs històrics
 - 2.4 runes i llocs arqueològics
- 3. Costums i tradicions
 - 3.1 manifestacions religioses i creences populars
 - 3.2 fires i mercats
 - 3.3 música i danses
 - 3.4 artesanies i arts populars
 - 3.5 gastronomia
 - 3.6 arquitectura popular
- 4. Realitzacions tècniques, científiques o artístiques contemporànies
 - explotacions mineres
 - explotacions agropecuàries
 - explotacions industrials
 - obres d'art i tècnica
 - centres científics i tècnics
- 5. Actes programats 5.1 artístics

5.2 esportius

5.3 fires i exposicions

5.4 concursos

5.5 festes religioses i profanes

5.6 carnavals

5.7 altres

Una ciutat ha d'ofertar un atractiu turístic q sigui diferent d'una altre ciutat pq es doni l'activitat turística.

Atractius turístics d'una zona

RECURSOS TERRITORIALS TURÍSTICS

Paisatge no és més que una idea de la realitat q l'observador elabora quan interpreta estèticament el que està veient.

OBJECTE SUBJECTE

Estètic observador sensible

Pitte (1972) el paisaje es una realidad cultural pues no es solo resultado de la labor humana, sino también objeto de observación, incluso de consumo. La cultura pega aquí el papel de un filtro variable de un individuo a otro. Este fenómeno de rebote es fundamental en los parajes turísticos q son ávidamente contemplados pero tb profundamente ordenados para ser mejor contemplados.

PRÀCTIQUES TURÍSTIQUES

D'aventura implica la realització d'un viatge amb l'objectiu de viure una experiència nova, sovint amb una dosi de risc o perill controlat, relacionat amb els reptes q una persona es marca en un entorn natura en estat verge o en un marc exòtic. Ex: Kayak, ...

Curatiu inclou activitats i destins q proporcionen una possibilitat per l'auto superació física o espiritual i oportunitats de benestar pels turistes. Els complexos turístics curatius ofereixen recursos naturals com les aigües termals i un clima agradable.

Circuits implica la visita de més d'un destí en el marc d'un viatge. Es caracteritza per estades breus en cada destí, itineraris prèviament panificats, i una acumulació d'atractius en cada àmbit regional o nacional.

De enclave ubicació en un complex turístic independent i aïllat geogràficament de la població indígena que hi viu al voltant. Cobreix totes les necessitats de menjar, allotjament, entreteniment als turistes de manera que no els hi cal sortir-ne. Acostumen a ubicar-se a la costa i ofereixen activitats com tennis, golf, ...

De fàbriques consisteix en la visita organitzada a fàbriques per veure el procés de producció d'un determinat producte. Les més populars són les destil·leries, i les fàbriques on es fa roba, ceràmica o vidre. Com que són atraccions típiques de climes humits i freds (ideals x quan plou), acostumen a estar al centre urbà.

Agroturisme (turisme de granja) es caracteritza per l'entorn on es desenvolupa. És un tipus de turisme on

coincideix el turisme medi ambiental i el turisme cultural. Els turistes s'allotgen en granges o en cases de pagès i poden participar de les tasques q s'hi porten a terme. Contribueix a la conservació dels paisatges tradicionals. L'objectiu és x uns estar a la natura i fer activitats a l'aire lliure. Per altres urbà mites viure l'experiència d'un estil de vida diferent, rural.

Verd (o de selva) antecedent: safaris de la sabana. S. XIX. L'aparició dels moviment ecologistes dels 50–70 canvien la caça x la fotografia. La televisió, a través de documents ven una imatge positiva de la selva. L'atractiu de les selves tropicals és la diversitat d'espècies que hi viuen i això ha facilitat la creació de parcs naturals. És una alternativa positiva a la destrucció de la selva per aconseguir-ne fusta. Les excursions guiades pels habitants autòctons cada vegada tenen més acceptació en la mesura que el turisme etnobotònic i el turisme educatiu va adquirint l'estatus de mercat especialitzat. Consolida la base econòmica del país.

De vivència consisteix en programes organitzats que ofereixen de turista la possibilitat de viure alguns aspectes de la cultura de la comunitat que l'acull. Pot incloure tb les visites a llocs i a les atraccions més importants del destí. La part vivència acostuma a estar coordinada per experts socials, i es preparen inclòs visites a cases particulars.

Esportiu es desenvolupen en un entorn d'oci i/o competitiu. Presència del turista en una activitat esportiva.

Àntàrtic vinculat a l'Antàrtida i no vinculades a la investigació científica i a les operacions que hi desenvolupen els governs. 10 000 visitants l'any. El 90% per mar, és car. Preocupacions: seguretat i medi ambient.

Àrtic: activitats q es desenvolupen al Cercle Polar Àrtic. Accés per carretera des d'Alaska, Rússia i Escandinàvia i creuers des d'altres punts.

Cultural manifestació comercialitzada del desig humà de conèixer com viuen altres persones. Les formes de vida es manifesten en la música, literatura, ... **Adams (1995):** Simplemente viajar en busca de un enriquecimiento personal. **Hunziker i Krapf (1983):** No existeix turisme sense cultura.

De joventut de 15 a 24 anys. Escàs de pressupost. Canals de distribució i allotjaments propis. Es fa difícil parlar de la importància econòmica d'aquest tipus de turisme. Acostuma a haver-hi contacte amb els amfitrions i experiències educatives.

Ètnic la motivació és viure experiències i interactuar amb grups ètnics i exòtics. Es dona la interacció d'amfitrions i hostes amb la perillositat que tingués implicacions en la identitat de les persones autòctones. PiF. Turisme cultural.

- el focus d'interès és l'exotisme
- la població local ha d'estar situada a l'escenari

Hi ha agents que fan d'intermediadors natiu/turistes. Els turistes vénen de les urbs.

Històric motivació és conèixer el passat, excursions relacionades amb la història. Suposa el coneixement de les tradicions, gastronomia, museus, ... té molt a veure amb el turisme urbà.

Internacional passen la frontera i pernocten al– una nit.

Intern o domèstic residents d'un país que visiten destins turístics dintre dels límits del seu propi país.

Literari visitar localitzacions relacionades amb un interès per la literatura. Visites a cases d'autors a llocs reals i mítics descrits en la literatura i punts geogràfics vinculats a personatges o aconteixements extrets de la

literatura.

Necròfil viatges a llocs que s'associen a la mort o al desastre. Camps de batalla, llocs on s'han comès assassinats, camps de concentració, ...

Sexual l'objectiu és tenir trobades sexuals breus, vinculades a la prostitució. Hi ha una operació comercial ja que implica rebre uns serveis sexuals a canvi d'un pagament. El turista és ric i visita països en vies de desenvolupament, i interacció hoste/amfitrió no és en termes d'igualtat.

Secular pretén satisfer la necessitat de conèixer un lloc sagrat. Tb formen part les peregrinacions. El turista participa en algunes celebracions.

Social realització personal, associat a la votació i promou la cohesió social sense ànim de lucre, tenint present l'interès públic. Reconeix el dret bàsic de tota persona de descans del treball. Es preocupa per l'accés a les vacances a preus accessibles i admet la importància de l'oci i les vacances com a oportunitat pel desenvolupament físic i cultural de les persones, promou la socialització d'aquestes persones tant en la seva comunitat laboral com en la societat en general (sbtot després de la 2a GM) Molt d'interès en la dotació d'infraestructures i d'allotjaments.

Urbà les ciutats es veuen com un escenari concentrat d'oportunitats on s'hi poden diferenciar elements centrals (fa referència a la barreja d'atraccions q són úniques i q atrauen als turistes x si mateixes) i secundaris (engloba les diferents instal·lacions urbanes on es recolza l'experiència turística i que complementa l'assortiment d'ofertes q s'ofereix de visita. Tenen un gran valor històric i guarden un gran potencial > elabora productes relacionats amb els recursos culturals del patrimoni. Està molt relacionat amb els viatges de negocis i amb les escapades de cap de setmana. Genera molt beneficis.

• **El litoral i el mar**

Evolució històrica del

turisme de costa S.XVIII

a Europa Motivacions

Elitisme terapèutiques

social

S.XIX

Llocs d'oci, moda 1a meitat S.XX

i punts de trobada

Turisme

fordista

Massificació 2a meitat S.XX

de sol i platja

Àrees Protecció Àrees Actualitat i

específiques saturades horitzó 2000

Postfordisme

FACTORS Q INFLUEIXEN EN LA VISIÓ NEGATIVA DEL MAR FINS S.XVIII

- **Literatura religiosa** presenten el mar com un gran abisme, desconegut, terrible i misteriós.
- **Desconeixement de la naturalesa** molts fenòmens meteorològics associats al mar fa que aquest sigui considerat com caòtic.
- **Invasions** vénen els normands, víkings, àrabs, pirates i la Pesta Negra.
- **Ciència mèdica** durant s.XVII i s.XVIII les exhalacions del mar són perjudicials

FACTORS Q CONTRIBUEIXEN A UN CANVI DE MENTALITAT

- **Copes benestants** retornen als orígens, a la natura i al seu estat més salvatge.
- **Holanda** s'identifica amb el mar, un poble q s'ha fet a sí mateix lluitant i sobre posant-se a la mar.
- **Època moderna** la salut guanya la fe. Les aigües tenen funció curativa.
- **Viatge a Itàlia** descoberta de la badia de Nàpols i la Mediterrània. Suposa l'alliberament de les restriccions físiques i morals. Les del Mediterrani s'associa encara a les malalties no+ les platges del nord d'Europa eren bones.

LA PLATJA

Es continua fugint del sol. Es busca a part de l'aigua curativa, que l'ambient (aire) sigui adequada. A la 2a meitat del s.XIX es passa d'una funció terapèutica a una funció tb d'oci.

A Catalunya la moda del bany arriba tard, cap al s.XIX.

Al voltant dels 20 i 30, els banys de mar entra a formar part de les copes benestants com a plaer.

EL SOL

A mitjans del s.XIX, Niça ja era turística. Els europeus anaven a passar els hiverns a la Costa Brava buscant el sol. Abans de la 1a GM la Costa Brava ja era una zona turística consolidada. Prendre el sol es considerava un acostament a la natura, i es comença a destapar mica en mica exhibint-lo.

Tendre és la nit posa de moda entre els americans l'estiueig del sol i platja. S.Fitzgerald.

- **FACTORS HUMANS DE L'ACTIVITAT TURÍSTICA**
- **La població**

És possible conèixer la població d'èpoques passades i la seva evolució? És possible conèixer l'estat de la població actual en tots els llocs del món? Són exactes les dades, i per tant invariables els resultats en l'anàlisi d'una població concreta?

Amb el Concili de Trento al s.XVI es comencen a comptabilitzar els naixements i els casaments. Cap al s.XVIII es comencen a aplicar els padrons i censos de forma periòdica.

FONTS X L'ESTUDI DE LA POBLACIÓ

- **Arxius parroquials, registres civils o jutjats** natalitat, mortalitat i matrimonis.
- **Estadístiques sobre moviments migratoris** persones que entren o surten d'un país.
- **Estadístiques que comptabilitzen els efectius de la població** Censos i padrons. El Cens és nacional i estàtic. El padró és municipal, les variables són naixements i morts, així doncs és dinàmic.

El creixement demogràfic ens dona informació sobre els possibles problemes que té un creixement demogràfic massa ràpid:

- **Fam** els recursos bàsics (aigua, terra, energia i fertilitzants) q avui són abundants, mancarien.
- **Contaminació** increment de població=increment residus. Alterem + l'ecosistema.
- **Habitatge** increment del cost del terreny i els materials= augment q està sobre del poder adquisitiu de les persones.
- **Renta** desigualtat entre els diferents països del món.
- **Atur** economia estancada problemes d'immigració.
- **Analfabetisme** +població q inversió x part del govern en educació.
- **Llibertat individual** +gran nre de pers q comparteixen els recursos i l'espai del planeta, es fa necessari incrementa el nre de regles i normes q assegurin un ús individual dels recursos d'acord amb el bé comú.

EVOLUCIÓ HISTÒRICA DE LA POBLACIÓ MUNDIAL

- **E. Primitiva** natalitat i mortalitat molt altes. Creix lent (Època primitiva a la Rev. Industrial)
- **E. Primera transició** disminució d la mortalitat i es manté la natalitat. Increment de població. Hi contribueix la Revolució Industrial, millores a l'agricultura i ramaderia, avenços mèdics i higiènics. La gent es comença a agrupar en nuclis urbans (1796)
- **E. Segona transició** la natalitat comença a reduir-se i la mortalitat continua descendint. Creix lent.
- **S.XX i actualitat** increment elevat. Baixa natalitat i mortalitat en p.desenvolupats. Alta natalitat i baixa mortalitat en països poc desenvolupats. Alta esperança de vida.

(Aquests dos últims punts són diferents entre països)

PREVISIÓ MUNDIAL DE POBLACIÓ

Actualment 6000 milions d'hab.

- ◆ **7000 milions d'hab.**
- ◆ **8000 milions d'hab.**

+ del 50% es troba concentrada a Xina, Índia, EUA, Brasil, Indonèsia i Rússia.

Els 20 estats – poblats del món no superen el 0,03% de la població mundial. El 80% de la riques es concentra a EUA, Japó i Europa Occidental i hi viu – de la 1/5 part de la població mundial.

El PNB expressa el valor total del conjunt de producció transports i intercanvis en un país al llarg d'un any. Consum de prod. Alimentaris, ... són taxes en les q tb ens hem de fixar x veure la riquesa d'un país.

Desenvolupament humà (IDH) PNUD (Programa de les Nacions Unides pel Desenvolupament) s'ha encarregat d'estudiar aquesta estadística i elabora un estudi q recull moltes variables q influeixen en el mode de viure de les persones (renda,...) Al 1999 Canadà, Noruega, EUA i Bèlgica tenen l'Índex de Desenvolupament Humà més alt, mentre q Burkina Faso, Burundi, Sierra Leone són els més baixos.

Esperança de vida IDH alt 0,800 – 1

IDH Grau d'instrucció IDH mitjà 0,300 – 0,799

Benestar general IDH baix 0– 0,499

LA GLOBALITZACIÓ

Segons el PNUD cal lluitar per una globalització amb:

- **Ètica** menys violació dels drets humans, no més.
- **Equitat** menys disparitat dins de les nacions i entre aquestes, no més.
- **Inclusió** menys marginació de les persones i els països, no més.
- **Seguretat humana** menys inestabilitat de les societats i menys vulnerabilitat de les persones, no més.
- **Desenvolupament** menys pobresa i privació, no més.
- **Sostenibilitat** menys destrucció ambiental, no més.

La globalització de la societat i l'economia implica una gran influència en el futur del turisme. S'observa:

- Gran competència a escala mundial de la producció industrial, dels serveis i les finances.
- S'adopten estratègies d'expansió de diferents modalitats organitzatives.
- Acords internacionals promouen la liberalització del comerç mundial.
- Les noves tecnologies ofereixen infinites possibilitats per manejar la informació i tenen moltes repercussions en l'àmbit de la producció, l'organització i la gestió.
- Tendència a l'homogeneïtzació en l'aspecte cultural.

• El medi urbà

Ciutat conjunt funcional d'edificis, espais públics i de població. Les dimensions mín. de població pq pugui considerar-se ciutat és molt diferent.

20 000 hab – ciutats petites de Catalunya

5 000 hab – pers/m²

Territori q ocupa, és difícil pq les ciutats s'han anat adjuntant. Abans estava + diferenciat el camp de la ciutat, xo en països industrialitzats és diferent. Les ciutats es poden classificar segons el **tamany**.

- **Petites** milers d'hab, pols d'atracció x les zones rurals. Per gestions importants s'ha d'anar a ciutats + grans.
- **Mitjanes** desenes d'hab. Diferents entre barris benestants i marginals (caps de comarca) Girona, Reus,
- **Grans** centenars de milers d'hab. + diferències entre barris. Problemes de circulació. Tarragona, Lleida, ...
- **Molt grans** milions d'hab Unió de ciutats. Molts problemes: trànsit, contaminació, ... Act.comercial i industrial molt important. Desplaçament de la indústria cap a la perifèria. Paper molt important del desenvolupament.
- **Megalòpolis** desenes de milions d'hab Moltes ciutats integrades. Tòquio, NY, ...

La 1a aprox a les ciutats es fa a través del **plànol**, ens permet veure si es tracta d'una ciutat vella, nova,

- **Desordenat** típic de parts velles de la ciutat. Carrerons estrets, sense ordre urbanístic. Ex: part ella de Girona.
- **Ortogonal** carrers traçats en forma de quadrícula x facilitar el tràmit de vehicles. Ex: Bcn (eixample),

Toronto, pensa + pq la ciutat quedi ordenada, ventilada.

- **Radiocèntric** ciutat construïda a partir d'un punt central (nucli antic). Creix formant radis concèntrics.
Ex: Moscou.
- **Radial** segueix la línia de la costa o de vies de comunicació.

La història d'una ciutat es coneix a través de plànols, façanes,

L'essència de la ciutat moderna es basa en les relacions q s'estableixen entre la ciutat i els territoris de l'entorn. A la ciutat es dóna una concentració q provoca grans Qn. de desplaçaments, info, ... La ciutat té al seu entorn una àrea d'influència.

El territori es marca a través de les vies de comunicació (carreteres, telf, ...) En els p. desenvol. es dóna una malla molt densa de comunicació, mentre q els q estan en vies de desenv tenen moltes mancances.

ACTIVITATS Q HI TENEN LLOC

- La ciutat és el centre de l'organització política.
- La ciutat és un mercat, un lloc de trobada.
- La ciutat és un centre de producció industrial. A través dels mitjans de com.--> implantació de fàbriques--> creix. demogràfic.
- La ciutat és un centre de gestió i finançament/serveis q emeten el funcionament de l'economia.
- Tb on es concentren els grans espais d'oci i consum --> s'ubiquen els grans centres comercials.

DIFERÈNCIES ENTRE CIUTATS DESENV I CIUTATS EN VIES DE DESE

L'evolució va lligada a la història.

P. desenvolupats a partir de 1850 Rev.Industrial – gran creix demogràfic.

P. en vies de desenvolupament a partir de 1930 Amèrica llatina i 2a GM Àfrica, creixement lent.

PAÏSOS INDUSTRIALITZATS (1850–1920)

Boom industrial, creix ràpid.

Increment de població i ocupació del territori.

Mitjans de comunicació – Facilitat de la transformació. Molts negocis es concentren al centre de la ciutat i els habitatges a les afores (a partir de la 2a GM)

Diferències de zones segons la seva funció. Les seves relacions a través de la xarxa viària q començaran a tenir problemes x l'accés de vehicles.

El creix eco fa q les ciutats s'especialitzin en el sector terciari.

El preu del sòl va a l'alça --> gratacels.

Fenomen de la ciutat--> centres dedicats a les finances.

Segregació social--> barris

- Barri central antic. Entorn plaça medieval i el riu. Funcions d'oci i turisme.

- Ravals i barris del s.XIII centre de negocis.
- Habitatges burgesos: tren.
- Barri obrer i entorn industrial
- Entorn residencial. Agrupa pobles. Creixement s.XX
- Ciutats dormitori.

Ciutat nord-americana

Entorn residencial al voltant d'un centre local de consum. Cases baixes amb jardí. Espai de rics.

Barris d'apartaments. Espai ofegat. Població pobre en mig i ghetto. Barri classe mitjana.

Centre urbà amb traç regular – city

Torres de vidre i alumini.

Zona industrial ben comunicada.

Ciutats en vies de desenvolupament

Tenen moltes diferències, s'ha donat un creix accelerat x tant, desordenat. Èxode rural q afavoreix el desenvolupament de la indústria. Són ciutats de decisió q no ofereixen gaire feina. Són seus d'activitats terciàries. Barris de barraques a les faltes dels turons. Població pobre segons termes: fàbriques agrupades prop del tren on treballen els obrers.

Centre colonial entorn de la plaça, vell, degradat, densificat.

Barri de classe mitjana dels descendents immigrants europeus.

Convents convertits en museus.

Centre comercial amb avingudes amples. Abans barri vell. Especulació del terreny.

Barris rics (minories privilegiades) i de barraques. Hàbitat suburbà.

Dones i treball domèstic. Cases amb jardí i piscines.

Ciutat africana

El port colonial i poblet de pescadors. Barri de barraques dels obrers de la fàbrica i el port.

Ciutat moderna. Plç amb edifici colonial. Monument al fundador de la ciutat. Hi vivien i treballaven els funcionaris europeus blancs (ciutat blanca). Avui, barri de la burgesia africana i destinada a la banca, ministeris, administracions, ... símbol d'eco moderna.

Antic barri colonial. Magatzem o comerç a baix i habitatge a dalt. Classes socials diverses. Perill immobles nous.

Citat negra en l'època colonial. Avui barris pobres dels arribats a la ciutat.

Centre d'Àfrica Nord

Barris de gent molt rica, casa amb jardí i piscina, malgrat la xarxa viària en mal estat. Conjunt de cases modestes.

Barris de barraques. Ubicació perillosa (roca molt dura, no és possible posar fonament a les cases, inundacions, ...)

Ciutat antiga. Paisatge urbà típic del món àrab. Mesquita al centre i rodejat de muralles. Carrerons estrets sense sortida. Patis interiors, molt dens.

Nous barris residencials d'estil europeu. Classes socials altes. Hotels.

Ciutats actuals (estil internacional)

Posició geogràfica d'obertura al món, accés fàcil.

Repartició factors de producció q provenen de l'estranger (inversions estrangeres, mà d'obra estrangera, fluxos de comerç (mercaderies i serveis)

És amfitriona d'institucions estrangeres internacionals (emp. Bans i altres institucions socio-econòmiques, culturals i científiques, organitzacions internac, incloses les organitzacions no governamentals, inst científiques, estrangeres, escoles, unis, consulats i altres representacions diplomàtiques, comercials, turístiques, etc.)

Exporta factors de producció i les seves inst eco (emp, bancs, ...), socials, culturals i científiques estan presents (fillol, sucursals, oficines) o l'estranger.

Té mitjans de comunicació socials amb l'estranger (turisme, postals, telefonia, ..)

Està directament connectada per mitjans de transport i de comunicació en general amb l'estranger.

Té un sector de serveis orientat a l'exterior i ofereix un sistema de suport als actors estrangers o interaccionats (palaus de congressos, palaus d'exposicions, hotels, escoles internac, despatxos de professions liberals d'abast intern).

S'hi celebren de manera regular trobades i altres tipus d'activitats internacionals (congressos, exposicions, festivitats, competicions esportives, ...)

Alberga institucions nac, regionals o locals de reputació internac o actives en el domini de les relacions internac.

Estableix rel (acords, protocols, agermanaments, ...) amb agents estrangers o internacionals i participa en xarxes internacionals de ciutats o d'institucions de ciutats.

Té una població d'una composició ètnica diversificada.

Relació entre el món urbà i turisme

París, Londres, Madrid, Munic, Praga, ... ciutats no costeres.

Paper social: econòmicament imp pel turisme, contingent històric, cultural i artístic.

París 1er centre turístic de França. Gran Qn de BiS. La ciutat és turística en funció de la litomassa històrica i

cultural (antropomassa, població).

La població és un complement, no és el factor d'atracció en si, NY acull més turistes x negoci, visitants q van a veure l'estil de vida neojorquí.

Increment de p.turístics--> limiten els accessos malgrat tenir interès (Himàlaia-> molt car, de difícil accés)

Factors polítics, poden limitar el desenvolupament turístic. Ex: Rússia, país de molt difícil accés.

TIPUS D'ESPAIS TURÍSTICS

Polinuclears

Capitals històriques del món occidental

Totes les grans aglomeracions es situen davant dels destins turístics. Objectiu de turisme (la gent va expressament a Bcn x veure la ciutat, ...)

París, símbol de prestigi francès. Cada any té 10 000 000 turistes (Londres, Roma) Gaudeix d'un clima temperat oceànic. Ubicació de fàcil accés, patrimoni artístic, cultural.

Diversitat de París, fa un exemple d'espai Polinuclear = multipolar.

+ pols turístics q són visitants.

Versalles. Les ciutats del voltant tb són visitades, xo depenen del turisme de París.

Cambridge

Les xarxes de comunicació bones afavoreixen

Oxford

Roma Vaticà. Sortida d'allotjament per turistes q visiten el Vaticà i a l'hora afavoreix tot un seguit d'atractius turístics, ...

Ciutats històriques de l'Europa de l'est. En aquestes zones a vegades és difícil definir l'org turística x ex. Moscou que exclouen el turisme.

Mononuclears

La major part de les ciutats mitjanes o petites <5000. Són mononuclears o unipolars. Riquesa d'aquest espais fa q x si soles es converteixen en atractiu turístic. Ex. Florència i Pisa.

Lligades a les grans ciutats. Ex: Oxford, quan es va a Londres.

Tb pot ser q siguin independents de grans ciutats. Les estades són més limitades, nre turistes més reduïts. Ciutats religioses: Lourdes, la Meca, ... atrauen milions de peregrins.

EL COMERÇ A LA CIUTAT: L'ESPAI POSTMODERN DEL CONSUM I OCI

La ciutat és el lloc favorable pel desenvolupament de comerç. El comerç demana contactes amb persones.

Evolució social: tendència d'anar del camp a la ciutat.

Intercanvi: 1 dels primer actes socials.

L'intercanvi, comerç en primer lloc va ser un intercanvi de productes, més tard es va introduir el valor monetari. Importància en el creixement de la ciutat.

Comerç Intercanvi de béns

Producció. Cal donar sortida a la distribució del q produeix l'agricultura i ramaderia.

Proveïment

Distribució

La ciutat evoluciona paral·lelament a la ciutat. Edat Mitjana, el comerç comença a especialitzar-se en producció de diferents activitats gremials. La ciutat es troba limitada a aquell q proveeix.

Fins inicis del s.XIX l'evolució del comerç no té molts canvis.

Primer pas important--> pas de la producció artesanal a la indústria.

Sorgeix un nou agent --> el comerciant. Abans es venia lo que un fabricava i llavors el comerciant pot vendre productes fabricats per altres. Intermediari comercial. Molta part del turisme va a les parts antigues de la ciutat. Especialització del comerç, ja no es troba de tot en una paradeta, sinó q hi ha vendes de productes concrets. Avui en dia, hi ha grans centres comercials on podem comprar de tot.

TIPUS DE COMERÇ

Comerç individual--> moltes botigues en un carrer

Comerç dispers

Grans galeries comercials

Hipermercats--> situats a la perifèria (En haver d'anar amb cotxe, compres + pq

pots transportar més)

+del 50% dels desplaçament q realitzen les persones van derivats a llocs d'oci i comerç. Coincidència d'oci i comerç--> centres comercials amb bars, restaurants, ...

Girona--> pla del barri vell. Planificació turisme:

Patrimoni

Cultura

Comerç

El transport

Està molt relacionat amb el turisme. No hi ha turisme sense desplaçament. El transport ens permet accedir del lloc d'origen al lloc de destí. Una regió, per molts atractius q tingui, mai no podrà desenvolupar-se turísticament sense infraestructures. El tren va provocar el primer desenvolupament dels balnearis a la costa. El cotxe tb ha desenvolupat sobretot a nivell nacional, en canvi l'avió a nivell internacional.

Sistema turístic

Viatgers q parteixen

Regió d'origen **Zona de trànsit** Regió del destí turístic

Viatgers q arriben

Mitjans de transport més utilitzats

a) aeri: llarga distància

mitjà o curt recorregut

línies xarter

b) marítim

c) tren

d) autobús

e) transport privat

f) autocar

Factors q incideixen en l'elecció del tipus de transport

- Temps disponible x viatjar
- Distància a recórrer
- Importància q se li dóna al confort i a la seguretat
- Preu dels diferents serveis a escollir
- Combinacions q existeixen

Distàncies aprox de màx efectivitat i competitivitat

- Cotxe i autobús: fins 1000 km
- Tren: entre 200 i 500 km
- Vaixell: fins 300 km
- Avió: + de 1000 km

Anàlisi competitiu dels diferents mitjans de producció.

Cotxe molt flexible en itinerari, horaris... Es pot portar tot l'equipatge q es vulgui, permet utilitzar el vehicle com a allotjament.

Tren seguretat, possibilitat de disfrutar del paisatge, permet canviar pels vagons. Arribes al lloc descansat, confortable i no hi ha embussos.

Avió velocitat, flexibilitat, serveis en terra sofisticat, incentius en usuaris fidels, vols xàrter (preu).

Vaixell relativament segur, barat, creuers, diversió i entreteniment.

• El medi rural

Les activitats eco agràries són les 2/3 parts de l'eco mundial. Les diferències entre països és difícil d'entendre, ja q hi ha una org mundial, una estructura q decideix què i qui cultivar.

L'agricultura es dona des de fa 10 000 anys al neolític.

A les àrees rurals es desen els processos agraris i ramaders.

De l'autoconsum als excedents hi ha un llarg període de canvis.

El desenvolupament tècnic permet una especialització i una millora en el treball gràcies a la maquinària.

Al camp es comencen a establir jerarquies.

La Rev. Agrícola pren camins dif depenent de la zona i del prod agrari comercial

Es produeix una diferenciació:

- extensió de l'agricultura comarcal
- divisió activitats econòmiques

Àmbit rural pateix moltes modificacions. Hi ha una àrea intermitja, l'**espai periurbà** q són àrees marginals, cultius poc rentables a hortes. L'increment de la demanda d'espai x lleure i oci, fa q aquest espais rurals es dediquin a això. L'estat inverteix en àrees rurals, tot i q no siguin gaire rentables a través de la política agrària x mantenir aquests espais. Al límit de l'espai rural trobem:

- **Àrees improductives** pq les act agràries no són rentables, i tp interessa q s'ubiqui res urbà. Als p.industrialitzats.
- **Forestals** factors de producció.
- **Terra** factor bàsic sobre el qual es realitza tota l'act agrària. És un bé limitat, sempre s'esdevé susceptible de ser apropiat x una part de la societat, q exigirà una renda a canvi q altres pugin fer un ús.
- **Treball** ús de l'energia humana necessària per realitzar les act agràries.
- **Capital** constituït pels instruments utilitzats a les act agràries, xo tb pels recursos necessaris x afrontar el cost de transformar els aiguamolls en terres de conreu, construir canals de reg o ser propietari d'una plantació de presguers o d'un ramat de bestiar.

FACTOR caract naturals clima, tipus de sòl i formes de relleu

TERRA

caract socials règim de tinença de la terra, dimensions de les explotacions

i nre, grandària i forma de parcel·les de cada explotació.

(rel entre propietari i qui l'explota)

Formes jurídiques bàsiques de tinença de la terra:

Propietat directa terres sobre les quals el titular (qui l'explota) té el dret de la propietat.

Arrendament cas de cessió de l'explotació, acord entre qui l'explota la terra i el propietari, fet a través d'un lloguer fixat per períodes llargs i calculat en preus monetaris (un cop pagues el lloguer fas el q vols a la terra).

Ús col·lectiu/cooperatives moltes formes d'agrupació. Molt presents als PVD. Als p.capitalistes hi ha la **prop.comunal i coop de producció** (neixen x fer front als perills del sector).

Perceria diferencia amb l'arrendament: no pot decidir què cultivar. Duren un any els contractes seguint el cicle del cultiu. El propietari té un % s/beneficis.

Les cooperatives de producció volen fer + efectives les relacions del treball i l'arribada fins el mercat abolint intermediaris.

Les patriarcals resulten x tal de reduir l'esforç. Hi ha un cap i hi treballen moltes persones.

El treball de la dona es concentra en la prod de béns x la família, l'home s'encarrega + dels excedents. La feina de la dona no es visible econòmicament, x això es fa difícil quantificar-lo. Es dona de forma paral·lela a les feines de casa. Les dones estan + lligades ala terra degut al pes de la família.

Al 3er Món, molta desigualtat entre el món rural i urbà. Les dones q es dediquen a l'agricultura son qui tiren el sector endavant.

Masoveria consisteix en un contracte d'explotació q a vegades comprèn des de treball de camp fins la cura del bestiar, la maquinària i la casa.

Rabassa morta dret de cessió d'explotació de la terra fins q 2/3 parts de la vinya moria. El propietari mai perd el dret de possessió.

Propietat comunal utilitzades x un col·lectiu d'una zona concreta. Es sol utilitzar pel pasturatge.

Cooperatives als PVD. És una altra forma de propietat comunal. A vegades es pot donar un conflicte d'usos del sòl (camp-ciutat) no està gaire atenuat, i x tant conviuen tots 2 tipus.

Malgrat els sistemes agraris molts diversos, hi ha una org jeràrquica a nivell mundial, com és l'existència de parcs naturals a PVD x l'explotació x part dels PD a través de l'oci. Als p.centrales és té el poder econòmic. Són els qui dominen als p.perifèrics proveïdors de matèries primeres xo amb preus imposats des dels p.centrales.

LA TRANSFORMACIÓ DE LES TENDÈNCIES TRADICIONALS EN ELS ESPAIS RURALS

La transformació dels usos del sòl rural

A partir de 1975 +o- comencen a caure els sistemes agraris tradicionals a conseq de l'època ind i post industrial. El món agrari està en transformació. La competència pels nous usos del sòl urbà q generen act lligades amb l'oci en front de les agràries es un fenomen típic dels PD.

Neix com a conseq de les males condicions de la ciutat i ve afavorida x la disponibilitat de cotxes familiars i personals i pel creix de la infraestructura viària.

Lliçà d'Amunt

Apareixen les 2n residències x part

dels ciutadans de ciutats molt denses.

Caldes de Montbui

1995 Lanzarote Conferència Mundial del Turisme Sostenible. Posen els 18 principis fonamentals pel turisme sostenible mundial. El turisme juga un paper molt imp en l'eco i en la geografia.

Istanbul C-2 Posen en marxa un pla x tot el litoral mediterrani.

2000 PNUMA i OMT Iniciatives Turisme Sostenible. Presenten a Berlín iniciatives q surten dels mateixos tour-operadors.

Activitat turística, en els últims 50 anys ha crescut de forma espectacular, i s'ha convertit en una de les primeres activitats a nivell mundial. Caract: no gestiona ella mateixa totes les activitats q la formen. Elements q formen l'estructura turística:

- **Demanda** conjunt de consumidors de BiS.
- **Oferta** conj de prod, serveis i organitzacions involucrats a l'experiència turística
- **Espai geogràfic** base física on es produeix la trobada d'oferta i demanda. Ofereix interaccions.
- **Operadors del mercat** emp i organismes q fan d'intermediaris entre O i D. Promocionen, faciliten l'activitat turística. Poden ser públics i privats.

DEMANDA

Formada pels turistes, visitants i viatgers. Pers amb motivacions diferents amb característiques diferents. Tipus d'activitat turística respecte la demanda:

- De contacte amb la natura
- Atraccions: zoos, museus, ...
- Patrimoni cultural: castells, palaus, ...
- Esport: participar o observar formes d'esports, ...
- Diversió: cinemes, bars, ...
- Relax: descansar, ...
- Salut i religió: saunes, peregrinatges, ...
- Compres
- Negocis

OFERTA

Conjunt de prod i serveis a disposició dels usuaris pel seu gaudi. L'O q es posa a disposició de la demanda integra els serveis i la imatge. Pot rebre un ús turístic o no, és a dir, q no el consumeixi un turista sinó un resident.

Categories de l'oferta turística.

- Allotjament hotels, balnearis, cases rurals, ...
- Oci, cultura, act esportives: sales de festa, casinos,
- Alimentació: restaurants geladeries, ...
- Compres: mercats, botigues, ...
- Transport: ferrocarrils, lloguer de vehicles, ...
- Altres: congressos, festivals, ...

A nivell espanyol predominen els apartaments i els bars-cafés. En oferta, Espanya és la 3a del món després d'EUA i Itàlia.

ESPAI TURÍSTIC

Lloc on transcorre l'experiència turística.

- Nucli turístic: parcs temàtics.
- Zona turística: com la Costa Brava.
- Municipi turístic: com Lloret de Mar.
- Regió turística: Illes Canàries.

OPERADORS DEL MERCAT

Participen en l'act turística en qualitat d'intermediari, i com a oferta complementària. Transport i paquets turístics, els presenten i s'associen a aq elements.

Emissors: Alemanya, França, R.U, EUA i Canadà són els q tenen més pes en aq. operadors degut al seu gran nombre de turistes.

Segones residències són el tipus d'urbanització rural típic. Provoca una segregació espacial i social, separant les classes: mitjana, treballadors i població autòctona. Aq espais es transformen en periurbans, creant-se urbanitzacions on es troben les persones de classe mitjana i alta, en busca de rel socials del seu nivell fora de la ciutat. Són espais poc densos, i transformen els nuclis preexistents. Són d'espais d'ús temporal, no arriben a estar + lluny de 600km. Si s'expandeixen fins a 100km apareixen les **cases rurals**.

La seva ubicació es privilegiada (bosc, rius, muntanyes verdes). Aq idea de **vida clorofil·la**, provoca la creació d'urbanitzacions il·legals (sns llum, serveis d'escombreries, carrers de terra, clavegueram, ...)

Moltes persones q van a aq destí sol habitar a un lloc d'origen dif, xo pot acabar convertint-se en lloc d'habitatge habitual amb el temps (jubilació o desenv zona)

Aq fenomen comença als 40, incrementa als 50-60 i s'estanca xo creix palatinament.

És un habitatge familiar emprat una part de l'any, quan el seu ús és estacional, periòdica o esporàdics i no és la residència habitual d'una o més persones. Pot ser una casa de camp, platja o ciutat q s'utilitzi en èpoques de vacances o altres èpoques d certa durada. No es consideren ni espais urbans ni espais rurals. Classificació:

2a residència propera ubicades a un radi no sup a 100km, encara q la distància tb depèn de la qualitat de la xarxa viària. Si l'accés és difícil a aquella zona, pot no ser propera.

2a residència llunyana ubicada a àrees de costa o alta muntanya. S'utilitza x estances +llargues com estades vacacionals o ponts.

Representa

Ocupació en el temps lliure o de l'oci.

Forma de turisme

Fugida dels problemes urbans

Avantatges q poden aportar al nucli

Contribueixen al dinamisme econòmic general.

+feina al sector de la construcció

contribució a comerç local.

Molts dels segons residents, quan es jubilen passen a ser residents habituals contribuint o q es despobli.

Enriquiment cultural i social amb el contacte entre hostes i visitants.

Inconvenients

Increment del preu del sòl no afavoreix als residents.

Els nous residents continuen comprant a la ciutat i no al comerç local

Els impostos q paguen aq nous residents no cobreixen les despeses q generen

La reanimació del poble és esporàdica i estacional.

Si el nucli és engolit x la ciutat deixa de tenir caràcter rural.

Espai rural és dif de def. Cada nació l'identifica d'una forma o altre. A França fa oposició entre rural–ciutat, litoral–muntanya i a Itàlia la muntanya s'integra al medi rural. A Anglaterra oposen ciutat– rural. Portugal i Grècia el def com aquell espai amb vocació agrària. A l'Estat Espanyol la def és estadística: 10 000 hab, és rural. L'admi turística admet el turisme rural com aquell q es produeix a l'interior.

LES DIF ACT Q ES DONEN A L'ESPAI RURAL

Turisme verd l'objectiu prioritari és visitar els espais naturals poc o gens humanitzats.

Turisme ecològic l'objectiu és visitar espais naturals protegits i conèixer la flora i la fauna dels països o comarques visitants (Ecoturisme).

Turisme rural visitar zones rurals

Agroturisme objectiu: visitar previ pagament d'emp agràries individuals (masies, masos, cases rurals, ...)

Turisme esportiu objectiu: pràctica d'algun esport a l'aire lliure.

Turisme d'esports d'aventura com l'anterior xo amb riscos.

Turisme cultural visitar els recursos històrics, arquitectònics, artístics i ètnics d'una zona.

CARACTERÍSTIQUES D L'ECOTURISME

- Qualsevol forma de turisme basada en la naturalesa on l'obj principal és l'apreciació de la naturalesa o cultures tradicionals en z.naturals.
 - Inclou elements educatius i d'interpretació.
 - Organitzat x petites emp especialitzades, i de propi local. Operadors estrangers de diversa envergadura organitzen, gestionen i comercialitzen gires ecoturístiques x grups reduïts.
 - Procura reduir al màx els impactes negatius sobre l'entorn natural i socio-cultural.
 - Contribueix a la protecció de les z.naturals.
-
- Generant beneficis ecos x les comunitats, organitzacions i admis amfitriones q gestionen z.naturals amb objectiu conservacionista.
 - Oferint oportunitats alternatives de contractació i renda a les comunitats locals.
 - A la consciència sobre conservació dels actius naturals i culturals, tant en els habitants en la z com els turistes.
 - Recursos naturals
 - Rius
 - Piscines naturals
 - Salts d'aigua
 - Aigües termals
 - Coves
 - Boscos
 - Balcons paisatgístics
 - Fauna
 - Flora
 - Comunicacions
 - Pistes forestals
 - Comuns
 - Recursos històrics i artístics

2.1 Arquitectura local

2.2 Arqueologia

2.3 Museus

2.4 Monuments

2.5 Documentació històrica

- Recursos culturals

3.1 Festes locals

3.2 Artesania

3.3 Gastronomia

3.4 Llegendes

3.5 Instruments musicals tradicionals

3.6 Eines

3.7 Documentació gràfica

3.8 Jocs

- Equipaments turístics

4.1 Allotjament

4.1.1 Ubicació

4.1.2 Tipus d'establiment

4.1.2.1 Hotels

4.1.2.2 Càmpings

4.1.2.3 Hostals

4.1.2.4 Residències

4.1.2.5 Pensions

4.1.2.6 Apartaments

4.1.2.7 Altres

4.1.3 Aspectes o característiques

4.1.3.1 Categoria

4.1.3.2 Capacitat

4.1.3.3 Mà d'obra

4.1.3.4 Període d'ocupació

4.1.3.5 Preus

4.2 Restauració

4.2.1 Ubicació

4.2.2 Tipus

4.2.2.1 Restaurants

4.2.2.2 Cafeteries

4.2.2.3 Bars

4.2.2.4 Cases de menjar

4.2.2.5 Comerç

4.2.2.6 Autoservei

4.2.2.7 Bodegues

- Infraestructures

Gasolineres

Tallers

Hospitals

CAPs

Biblioteques

Altres

PRINCIPALS TIPUS DE TURISTES IDENTIFICATS A L'ESPAI RURAL

T. Internacional

(no residents)

Estrangers Espanyols a l'estranger

T. intern

(residents)

Turistes q utilitzen Turistes q utilitzen

allotjaments cials. allotjament prival

Paradors Hotels Hostals Càmpings Cases fam Segona Llogue

i d'amics Residència

ORÍGEN I DESTÍ DE LA DEMANDA TURÍSTICA A L'ESPAI RURAL

Catalunya, Madrid i Andalusia són molt emissores de turisme rural pq cal sortir de la ciutat. És un turisme molt familiar i s'utilitza el cotxe. És molt estacional (estiu–easter–nadal)

CARACTERÍSTIQUES BÀSIQUES TURISME RURAL

- Té cura de la natura, com a suport on es desenvolupa l'act turística.
- Busca un model d'equip i serveis a petita escala.
- S'hi proposen activitats complementàries rel amb la natura i l'aire lliure.

- És una act complementaria a l'eco rural sns caure en el monocultiu.
- Es busca o es dóna prioritat a una demanda de qualitat abans q de Qn Clientela amb un nivell eco-cultural mitjà- alt.
- Turisme org i gestionat des de la mateixa pob local.
- Respectuós amb el medi natural i social.
- Procura integrar en els seus equips els edificis de valor arquitectònic locals.

CARACTERÍSTIQUES TURISME DE MASSES I TURISME RURAL

T. de masses T. rural

Estratègies de Gran escala Petita escala

Desenvolupament Alteració del paisatge Poca alteració del paisatge

Sobre saturació d la cap de càrrega Respecte cap de càrrega

Estacionalitat No tan marcada l'estacional

Oferta Inversors/operadors estrangers Inv/operadors locals

Turística Empreses grans Oficines especialitzades

O estandaritzada/homogeneitzada O especialitzada

Treballadors sns formació Treballadors amb formació

Demanda Turistes passius Turistes actius

Turística Grups grans Grups reduïts

Programa organitzat Programa especialitzat

Manca interès x l'entorn Interès per l'entorn

Contacte amb l'entorn artificial Contacte amb l'entorn

DIFERÈNCIES ENTRE T.URBÀ I RURAL

URBÀ RURAL

Entorn edificat Poc edificat

Massificat Poc massificat

Treb lluny del lloc de treball A prop

Gestió professional Amateur

ACTIVITATS DEL TURISME RURAL

- Molt diverses x poder escollir.

- Pels residents i pels visitant, tant x vacances com x la resta de l'any
- No provoquen deteriorament a l'entorn de la natura.
- Fomenten el coneixement de la vida dels residents.
- Coordinats x l'oficina d'allotjament amb les activitats x tal q es venguin i es promocionin junts.

Element aigua

ESPORTS Banyar-se Creuers fluvials

Rem Windsurf

Piragüisme Surfing

Rafting Vela

Submarinisme Passeig nàutic pel riu

Pesca Barranquisme

Creuers litorals

Element terra

ESPORTS Senderisme Trineus

Trekking Equitació

BIT Esquí

Escalada Snowboard

Caça Espeleologia

Element aire

ESPORTS Parapent Vol sense motor

Ala delta Paracaigudisme

S'aplica l'educació al turisme rural, el qual provoca q el turisme rural continuï amb les activitats de cap de setmana durant aquesta.

ACTIVITATS SOCIO CULTURALS

- Visites a artesans i cursos d'artesans
- Rutes sobre el patrimoni artístic i arquitectònic local
- Promoció de gastronomia local
- Rutes etnològiques
- Espectacles culturals
- Seminaris i col·loquis
- Rutes fotogràfiques d'iniciació

CLASSIFICACIÓ TURISME RURAL

- Salut/balnearis
- Esports d'hivern
- Escalada
- Espeleologia
- Esports d'aigua
- Ràfting
- Puenting/rappel
- Tirolina
- Globus aerostàtic

• **Turisme i gènere**

• **IMPACTE ESPAIAL DE L'ACTIVITAT TURÍSTICA**

La cultura jueva-cristiana va ser la primera en defensar que l'home era superior a la natura. A partir del s.V a.C amb la cultura grega es defensa q l'ésser humà es superior a la resta.

A partir del s.XVII l'home comença a tenir raonament i a comprendre la natura.. Ja no està corromput. Es produeix al mateix temps q la Rev. Industrial.

Lovelock fa una hipòtesi, Gaia: tots els elements interaccionen, la Terra es un tot. Quan uns elements es desequilibren, altres hi interactuen per ells.

Comença a haver-hi una nova idea de progrés a partir del s.XVII. Aq. Idea de progrés porta a l'ésser humà a veure's com perfecte. El coneixement ha de servir x fer front a la natura i x dominar-la i controlar-la.

Progrès=avenç de la història de la humanitat. Impulsat x:

Desenvolupament de la tècnica

Desenvolupament de la ciència

Desenvolupament de la raó/indústria

A partir de 1970 es troben canvis. A França es posen en evidència algunes frustracions q pateixen la societat. No tot passa a través de la ciència i la tècnica, hi ha +valors com la cultura.

Bona x la humanitat

Energia nuclear

Permet crear bombes, efectes negatius radioactius

Avenços en el camps de la medicina

Biologia

Permet la manipulació de la genètica

Gran proliferació Aporta comoditats

de béns de consum

Suposa la creació de molts residus

Hi ha una crisi de valors, q fa qüestionar el desenvolupament

PROGRÉS

Ciència Tècnica Indústria

DESENVOLUPAMENT

A partir del s.XIX es comença a replantejar el desenvolupament envers al creixement econòmic. Tot s'analitza des de el PV econòmic, xo amb la natura veiem q no és del tot així, el diner no pot fer infinit els recursos.

1972 Club Roma. **Informe Meadows**

No és viable q la pob creixi de la forma q ho està fent, i q tp ho és q ho faci l'economia, ja q els recursos són escassos. No pes pot continuar així, pq s'han sobrepassat els límits de la Terra. Exposa les diferències del món.

1972 ONU. **Conferència d'Estocolm**

Es crea un organisme x vetllar pel mediambient a nivell mundial.

1989 Comissió Mundial de les Nacions Unides pel Medi Ambient i el Desenvolupament. **Informe Brudtland (Noruega)**

Aq estudi descriu els impactes del medi ambient i fa propostes de correcció i de previsió. A nivell de 3er. món es pateixen problemes de medi ambient concrets. És una fita, pq assumeix q la pobresa és una causa del deteriorament del medi ambient. I a més, per primer cop, en aq informe es parla de desenvolupament sostenible.

DESENVOLUPAMENT SOSTENIBLE és aquell q satisfà les necessitats del present sns comprometre la capacitat de les generacions futures x satisfer les seves pròpies necessitats. Es comença a tenir en compte el medi ambient.

Al 1991, l'Associació Internacional d'Experts científics en Turisme (AIECT) S'intenta estudiar el turisme des d'un PV sostenible q manté diferents aspectes (socials, ecològics, ecos) en equilibri.

Al 1992 **Conferència de Río de Janeiro**

Es reuneixen 175 estats x conciliar les necessitats del medi ambient i salvaguarda els problemes del 3er món. El desenvolupament sostenible és un eix viable x desenvolupament mundial. El turisme pren importància. Obj: protegir la biosfera.

1992 **World Wide Fund (WWF) Tourism Concern i la Unió Europea**

Principis de Turisme sostenible. Donen apunts per saber q cal fer x aconseguir un turisme sostenible.

Turisme sostenible. 1993 OMT

El desenvolupament del turisme sostenible respon a les necessitats dels turistes i les comunitats amfitriones

presentes alhora que protegeix millor les oportunitats del futur. Està enfocat cap a la gestió de tots els recursos de manera q satisfacin les necessitats eco, socials i estètiques, alhora q representen la integritat cultural, els processos ecològics essencials, la diversitat biològica i els sistemes de suport a la vida.

1994 OMT Considera fonamental aplicar l'Agenda 21 local. Vol:

- Mín recursos/ Col·laboració pel desenvolupament i turístic sostenible.
- Conservació i gestió de l'energia
- Transport
- Control subs perilloses
- Gestió recurs de l'aigua
- Compromís m.a amb els polítics
- Plantejament urbanístic i gestió del sol
- Disseny de programes de sostenibilitat

• **Impacte sobre el medi físic**

El turisme és un consumidor específic dels recursos naturals, ja que aquests són la base del desenvolupament de l'activitat turística Stankovic 1991

El paisatge és la raó de l'existència del turisme i la seva força econòmica Kripendor 1987

El turisme implica una sèrie d'activitats q malmeten el medi. Aq fa q als PD es preocupin x la sostenibilitat i disfrutar avui i demà.

AVANTATGES

- Una satisfacció +gran dels consumidors.
- +oportunitats d'inversions futures.
- Estímul pel desenvolupament econòmic
- Una millora del benestar de la comunitat resident.

IMPACTES NEGATIUS

- Contaminació (escombreries, aigües, ...)
- Erosió (allaus, despeniment, ...)
- Flora i fauna (destrucció d'hàbitats naturals, extinció d'animals, ...)
- Consum de recursos naturals (esgotament aigües subterrànies, ...)
- Urbanisme i arquitectura (arquitectura diferent a l'estil tradicional, ...)
- Impacte visual (alteració del paisatge natural i urbà, embelliment, ...)

• **Impacte sobre el medi social**

TIPOLOGIA DELS TURISTES SEGONS PLOG

Psicocèntrics Cèntrics Allocèntrics

Per a Plog:

Psicocèntrics turistes atrets x tot allò q es nou i es volen adaptar a allò nou.

Parapsicocèntrics turistes psicocèntrics en vies de adaptació.

Cèntrics majoria de la població.

Paraallocèntrics turistes allocèntrics amb tendència cèntrica.

Allocèntrics busquen un entorn familiar i no busquen res nou. Nivell de renda molt alt, tenen uns G molt especials.

Els psicocèntrics obren/descobreixen nous focus turístic, un cop descoberts, s'instal·len els allocèntrics.

ETAPES DE LES REL ENTRE HOSTES I AMFITRIONS (DOXEY)

Eufòria l'aparició del turisme, quan aq provoca al·legria i entusiasme x part de la pob resident. Es veu com una bona aparició pel desenv i x aprendre.

Apatia un cop l'expansió s'ha donat, el turisme es percep en destí com un

Irritació elevats nivells de saturació de turistes en el destí resulta molest x als residents.

Antagònica el turisme es considera causant de tots els problemes q es donen en destí.

Final el destí a perdut tots els atractius q originàriament varen atraure els turistes.

AVANTATGES

- Millora en les infraestructures del destí
- Recuperació i conservació dels valors culturals
- Augmenta la tolerància social

IMPACTES NEGATIUS

- Desculturització del destí
- Permanència d'imatges estereotipades: no s'aprofundeix a la cultura del destí
- Conflictes generats x les diferències socials entres hostes i amfitrions
- Inversions estrangeres: els treballadors són estrangers, del país de l'inversor

TURISME AL TERCER MÓN

AVANTATGES

- Equilibra la balança de pagaments
- Ingressos pel govern
- Estimula el desenv econòmic general
- Estimula l'activitat empresarial
- Inversió baixa
- Estable (preus, mercat i ús del producte)
- Alternativa a la producció primària
- Infraestructures
- Llocs de treball
- Suporta millor la crisi q altres sectors
- Estimula la conservació de la natura
- Estimula les tradicions culturals i les indústries artesanals. Modernitza les societats.

INCONVENIENTS

- Increment de l'inflació i les divises es perden x la necessitat d'importar.
- Inversió de les companyies transnacionals és mín i el govern local contribueix +
- Crea dependència: nou colonialisme
- Puja el preu del sòl
- B° x les companyies transnacionals
- Es desvien recursos econòmics del sector secundari
- Dependència excessiva altruisme: monocultiu econòmic
- Inestabilitat x la dependència dels factors econòmics externs
- Costos excessius
- Els quadres professionals són sovint estrangers
- Poca reglamentació i poca consciència ecologista
- Converteix les tradicions culturals en paròdies x vendre-les als turistes.

• Impacte sobre l'economia

Porta associats molts costos, xo tb B°. Cal diversificar l'economia del lloc de destí. En un PVD es pateixen +efectes (+o-) q a un PD

El turisme es una activitat d'exportació invisible de BiS turístics.

El turisme nacional es dóna dins de la frontera, produint-se aq exportacions entre regions del mateix país.

ASPECTES POSITIUS GENERATS X L'ACT TURÍSTICA

• Contribueix a l'equilibri de la Balança de Pagament. Permet obtenir les divises necessàries

- Dintre de la Balança de Pagament

Efectes primaris--> fan referència a la despesa realitzada pels visitants del país fan a un país estranger, i els ingressos dels estrangers al nostre país. Diners rebuts als establiments turístics de la línia.

Efectes secundaris--> ef. Produïts x la despesa turística en la manera q aq es filtra en l'eco local.

DIRECTES despeses generades pel marketing, importacions necessàries x proveir els establiments turístics.

INDIRECTES ingressos obtinguts en estab de la línia invertits en altres sectors (proveïdors locals).

INDUÏTS part de la renda q va a parar en forma de salaris als residents.

Efectes terciaris--> fluxos de diners q no han iniciat amb la despesa turística xo q estan relacionats d'alguna manera.

- Contribueix a la creació dels llocs de treball.
- Contribueix al Producte Nacional Brut (PNB)
- Esdevé un motor de l'act empresarial

El turisme està connectat a altres sectors econòmics de la societat, q tb beneficia a la població resident. Solen ser molt costoses i el turisme permet i facilita la inversió estrangera.

- Contribueix a l'augment i distribució de la renda

IMPACTES NEGATIUS (COSTOS ECONÒMICS)

- Costos d'oportunitat Els recursos q són limitats, es gasten en l'act turística x això cal mirar si realment surt a compte o es malbaraten.
- Costos derivats de la fluctuació de la demanda depèn de la temporada, hi ha altibaixos q provoquen q altres sectors es resisteixin.
- Possible inflació derivada de l'act turística en repercussió als residents. Els turistes compren a un P molt alt, al qual el resident no pot arribar.
- Pèrdua de B° econòmics potencials PVD q el K es fràgil. Tenen una forta inv turística estrangera, xo els B° se'ls emporten els estrangers.

Rejuveniment

Creixement reduït

Nre. Estabilització

turistes

Estancament Declivi

Consolidació Declivi immediat

Desenvolupament

Implantació

Explotació

Temps

2n SEMESTRE

- **L'ESPAI TURÍSTIC**
- La singularitat de l'espai turístic

El plànol < E/ 1. 10 000, el mapa és superior.

Els plànols i mapes són representacions convencionals de la superfície terrestre. Cal reduir a escala i utilitzar símbols (llegenda) que siguin reconeguts a nivell internacional. El croquis és més simplificat.

Espai turístic és aquell on es desenvolupen les activitats turístiques i en funció dels elements d'ús turístic (o amb potencialitat), nosaltres podem reconèixer i delimitar aquest espai turístic d'altres espais. Per tant, tots els recursos turístics, atractius, ... té una presència física al territori, per això, la geografia interessa en aquests espais per poder delimitar l'espai turístic: **Geografia del turisme.**

L'ocupació de l'espai té formes discontinúes. Podem robar un espai comú quan les activitats humanes es sobreposen. Això s'anomena **regions**. A vegades, les divisions naturals sobrepassen les administratives, regió geogràfica ≠ regió política.

Municipi és la superfície terrestre delimitat políticament. En un sistema de planificació s'ha de definir el pla d'actuació observant si és rural/urbà i l'espai real/potencial.

Espai real és la superfície del planeta. El podem tocar, modificar, comprovar la seva existència i desplaçar-nos per ell

Espai potencial és la possibilitat de destinar l'espai real a un ús diferent de l'actual. No existeix al present, però després d'estudiar-lo és pot reorientar amb una inversió.

6.1.2 Classificacions de l'espai

Espai real

- ◆ **Natural** sense presència humana, espai verge. Si hi ha, però és escassa és un **espai rural**.
- ◆ **Artificial** màxima expressió de modificació humana i poca presència d'elements naturals, espais urbans. És el resultat d'una cultura.

verge

Natural

rural

Adaptat

Artificial / virtual (parcs temàtics)

Cal tenir en compte, l'**espai-temps**, en el què el turista permanence en un lloc. El temps que triga en observar un espai. És un espai subjectiu que hem de tenir en compte (itineraris). I l'**espai vital** aquella bombolla psicològica subjectiva que engrandim/escurcem depenent del que tenim al nostre entorn (turisme de grup).

- ◆ **Espais hiperreals** superen la realitat (parc temàtic) imitació de la realitat.
 - ◆ **Espais psicològics** TEMPS variable que no podem manipular. És psicològic
- VITAL espai mínim necessari per a tot ésser per la seva supervivència. Perspectiva psicològica: bombolla en expectativa (és elàstica).

L'espai turístic

És un espai amb una lògica diferent dels altres espais productius, no podem entendre l'espai ni estudiar-lo si no pensem que aquest és diferent als altres espais o activitats econòmiques.

En aquest, la matèria primera, el producte semielaborat, l'elaborat o acabat i l'agent turístic que ven el producte, és troben al mateix espai.

La primera matèria passa a ser turística quan la consumeix el turista.

La creació de la primera matèria, la producció i el consum es produeix al mateix indret

El consumidor compra un expectativa quan paga per avançat.

Els ingressos del turisme apareixen a la balança d'exportació.

- El paisatge i la seva representació

Paisatge és un espai físic i social (objectiu) que conté un conjunt d'elements lligats per relacions d'interdependència. Hi ha elements concrets que foren una escena fàcilment perceptible.

El paisatge també és visualitzat i experimentat (subjectiu), perquè el paisatge només s'esdevé com a tal quan hi ha un espectador, sinó és un territori.

Només hi ha un paisatge turístic quan l'observa un turista. El paisatge l'observem de manera emotiva i passa a ser un espai experimentat. El paisatge és la imatge d'un territori que cadascú com individu assumeix particularment. Un territori no pot ser bonic, només ho pot ser el paisatge. El paisatge a part de conceptes estètics fàcilment perceptibles, inclou conceptes abstractes. La imatge que es veu a l'espai turístic és una part de la realitat.

Els conceptes abstractes depenen del turista.

Segons l'opinió de cada turista té entre estètica i utilitat així serà la seva forma de percepció sobre una realitat. Cada paisatge té una interpretació diferent depenent del turista.

a) Classes de paisatge:

Natural paisatge d'elements naturals. No ha estat modificat.

- Verge gens modificat.
- Rural poc modificat.

Cultural paisatge amb alta presència humana i aportació social de l'element humà.

- Urbà molt modificat.

El paisatge és l'espai de l'activitat turística, i la imatge de l'espai turístic pot haver:

- **Preimatge** sol ser molt idíl·lica
- **Imatge viscuda** mentre es fa turisme.
- **Pos-imatge** el que es conserva com experiència.

El paisatge és el contingut de l'espai vital.

Com escenari, l'espai turístic ha de:

- respondre als interessos de la demanda
- respondre als interessos de l'oferta
- ha de ser atractiu, captar-se pels sentits.
- Ha de ser ordenat seguint les necessitats de l'espai social i natural

Desenvolupament sostenible cobrir les nostres necessitats sense comprometre les necessitats de les generacions futures ecològicament, econòmicament i socialment.

b) Tipus de paisatge:

Homogenis aquells que estan integrats per pocs elements, són de lectura fàcil. Inconvenients: difícil diferenciar-los i reconèixe'ls entre si.

Heterogenis formats per gran Qn d'elements diferents que aconseguixen mantenir l'att del turista. Com que hi ha masses elements, poden dificultar la seva interpretació.

A l'anàlisi del paisatge tindrem en compte:

- ◆ **Diversitat** depèn de la Qn d'elements diferenciable. Important a l'hora de definir recorreguts.
- ◆ **Repetició** presència reiterada d'una forma concreta que domina l'escena. Forma el tema del paisatge, el defineix. També pot ser per l'element menys repetit.
- ◆ **Unitat** equilibri visual dels components de l'escena. Si hi ha molta unitat és monòtom i dificulta la lectura.
- ◆ **Canvi** el paisatge té massa matissos segons les hores del dia i els diferents dies de l'any.

Per acabar d'analitzar el paisatge, s'han de tenir en compte 3 factors:

- ◆ **Estructura** observar la disposició i organització de les parts que integren l'escena. Normalment vindrà definida pel relleu. Tipus:
 - mesorrelleu paisatges amplis que juntament amb el clima i el sòl determina les condicions de vida. Espais grans visuals panoràmics que segueixen la topografia del relleu.
 - Microrrelleu camps visuals de curta distància més aptes per ser interpretats.
- ◆ **Formes nítides** són les parts més visibles o identificables que per la seva notarietat qualifiquen el tema del paisatge. Acaba sent una forma nítida quan la part més visible es repeteix més o menys.
- ◆ **Diferenciació** relació entre el paisatge i l'observador que sorgeix a mida que incrementa la permanència en el lloc i per tant, permet descobrir parts. Cada paisatge requereix un temps de permanència. Mitjançant la diferenciació apareixen certs matissos que més tard ens donarà motius emotius per imprimir en la memòria el paisatge visualitzat.

El turista és l'observador que pot adoptar tres papers:

- ◆ **Espectador.** Observa l'escena a partir dels diferents punts de vista dels que disposa. Actitud pasiva. Pot aburrir-lo. Dificilment retindrà aques paisatge a la memòria.
 - ◆ **Actor** realitza una activitat en el paisatge. Té menys percepció del paisatge. Part d'aquest paisatge li quedarà a la memòria associat a l'activitat.
 - ◆ **Actor-observador** millor per retenir el paisatge. Inclou les dues situacions. Hi ha activitats turístiques que dificulten l'observació.
- Desenvolupament territorial turístic

Model de Miossec als 70's, fa un estudi e la dinàmica del territori. Fa una síntesi per coèixer com s'han desenvolupat els espais turístics.

- ◆ Centres turístics allà on es fa l'estada. Té un territori determinat desconegut o tenen referències i passen de llarg. Arriba un punt on es comença a fer oferta turística. Apareixen més centres turístics.

S'organitza l'espai, es jerarquitz a i especialitza degut a la diferencia entre ells (recursos, comunicacions,... s'incrementen).

- ◆ Transport (comunicacions) infraestructura pionera per als primers turistes. S'obren noves vies turístiques (mateixos recursos però utilitzats pels turistes)

Es maximitza la connectivitat. Més vies i infraestructures.

Els turistes d'un nucli fan excursions a d'altres llocs. Aquest poden arribar a ser un nou punt turístic.

- ◆ Conducta del turista passa del desconeixement al coneixement global, però els nuclis es disgreguen i fan ofertes diferents. El turista comença a conèixer l'espai per nuclis. Apareix la competència espaial i es segregen.

Es desintegra l'espai. DECLIVI. Cal canviar la imatge venuda.

- ♦ Agents poden donar-se dos actituds:
 - *Espejismo* volen el turista, més riquesa.
 - *Rechazo* no el volen, s'intenten protegir del foraster.

Quan incrementa el turisme, apareixen més agents i gestors de l'espai. A partir d'aquí es pot fer turisme total. Tot l'espai s'utilitza pel turisme.

Desenvolupament de la protecció ecològica es reserva una part de l'espai. No es permet el turisme en una zona del territori.

Model Gormussen als 80's. Canalitza el territori mundial en només el litoral, ja que aquest és el més massiu. Observa.

- ♦ Tipus d'allotjament
- ♦ Participació regional si el capital és regional o forani.
- ♦ Participació d'hostes
- ♦ Analització en el temps

Perifèria I allà on es crea i desenvolupa el turisme. Nord de França, Sud d'UK, ... Al 1800 hi ha via més iniciativa exògena i més classes socials altes. Al 1870 apareixen les segones residències i les cases d'hostes. S'incrementa la participació regional.

Al 1930, apareixen els càmpings. Iniciativa local, més classes = socialització del turisme.

Perifèria III i IV No hi ha gaire càmping/2a residència/casa d'hostes perquè són cultures diferents, el campista sol ser qui va amb el cotxe. Normalment el turista hotel·ler és el de més poder adquisitiu i va amb paquet perquè desconeix el territori. Les segones residències no poden estar gaire lluny perquè no s'amortitzarien.

Model de Peck i Lapie als 70's. Analitzen el territori depenent del tipus d'evolució. Explica les característiques d'origen de l'impuls i les fonts de finançament i els modes de vida de la comunitat.

Teoria: estudi de diferents temes específics amb trets comuns que porta a una llei. La proximitat influeix en el turisme de les classes baixes.

Model de Butler (1980)

Cicle de vida

Rejuveniment

Creixement reduït

Nre. Estabilització

turistes

Estancament Declivi

Consolidació Declivi immediat

Desenvolupament

Implantació

Explotació

Temps

- Agents del desenvolupament turístic

Locals endògens

- ♦ **Públics** no té afany de lucre. Els beneficis els reinverteixen de nou. Responsabilitats:
 - *Econòmiques* han d'impulsar el dinamisme ecològic i l'oferta de treball, control de divises (control Balança de Pagaments), creació de noves empreses.
 - *Polítiques* garantir la seguretat ciutadana, *reconeixement internacional*, *millorar les comunicacions entre països*.
 - *Socials* benestar social del territori, mantenen llocs de treball, ajut classes baixes, al jovent, ...
 - *Ecològiques* el turisme té com a matèria primera l'espai natural, però no hi reinverteix. L'Estat obliga a la preservació del medi (zones protegides, ...)
- ♦ **Privats** amb afany de lucre. Responsabilitats:
 - *Econòmiques* participen en l'oferta del lloc de treball i que sigui estable. Paguen impostos
 - *Polítiques* participen en agrupacions d'acord amb l'administració.
 - *Socials* necessita que la població tingui un benestar perquè puguin disposar de Ry per gastar al turisme.
 - *Ecològiques* necessiten que l'entorn es mantingui perquè els turistes continuïn venint i continuï mantenint el seu atractiu (neteja de platges, boscos, etc). els paga l'administració, caldria que fossin els empresaris perquè beneficia els seus establiments.

- **TIPOLOGIES D'ESPAIS TURÍSTICS**

- Tipologies d'espais turístics

MODELS COSTANERS

- ♦ **Espontani** Classes benestants del Nord d'Europa s'instal·len a la Costa Brava i Costa Blava per passar l'hivern. S'implanten al territori i els amfitrions l'accepten i comencen a ampliar l'oferta turística. Als socialitzar-se el turisme, les classes mitjanes poden anar a la Costa Brava ja que Catalunya és molt més assequible que la Costa Blava. A més, hi ha moltes zones planeres on es pot especular
- ♦ **Planificat i localitzat** en desús (Rumania, Bulgària,...) so i platja dels països de l'est, facilitat pels estats. Es desenvolupa en espais tancats, molt localitzada, la resta del territori no participa, són ciutats de vacances. Controlat pel govern comunista, abans de construir-se, es determina el tipus, el número, etc. de turisme que a qui s'oferirà.
- ♦ **Planificat extensiu** Llenguadoc-Roselló. Hi ha moltes albuferes, aiguamolls, ... a peu de costa. No és una zona abrupta ni s'inverteix en agricultura perquè és massa humida. Males vies de comunicació El govern urbanitza aquesta zona per explotar la zona mediterrània de la que disposen. Volen que sigui un revulsiu per aquesta zona que en principi és pobre.

MODELS ALPINS

- ♦ **Integrat Chamonix**. S'inicia quan una empresa (K forani) es planifica per optimitzar tots els recursos. No hi ha participació local. Autoritats locals només proporcionen els permisos, no planifiquen. Planificació:

- Equilibrat
- Funcional. Es localitza en funció de la finalitat de la construcció.
- Desenvolupament ràpid. Es vol recuperar la inversió.

Condicions:

- Zona aïllada perquè sigui verge i puguin controlar el procés, connotació=status social (aïllament).
- Economia equilibrada/despeses repartides.

- ♦ **Catalitic** una empresa forana inverteix K i planifica l'inversió (estació d'esquí). Planificació:

- Deixa que participi la gent del territori.
- No és tan equilibrada
- Poc funcional
- Desenvolupament lent, el poder adquisitiu és més baix. Massa gent per prendre decisions.
- No és elitista, més capes socials
- Economia no equilibrada, no es reparteixen les despeses
- Recuperació de la inversió lenta.

- Principis de l'ordenació territorial

Ordenació tècnica de distribuir en el territori les infraestructures i equipaments d'una manera funcional, nacional i òptima per al desenvolupament de la societat que viu en aquell territori en el marc de la sostenibilitat.

Treballem l'ordenació a través dels Plans d'ordenació territorial instrument per conèixer una realitat i el plantejament d'accions futures que es desenvoluparan per diferents fases.

24

Intervenció de la platja

Centres balnearis

Àrees turístiques costeres

París

Londres

Bcn