



Cambio de hábitos

Las vacaciones ya no son siempre en agosto, ni cogemos siempre el mes completo. El tiempo de ocio de los españoles está cambiando de fechas, de distribución y de destinos. Éstas son las nuevas modas que se imponen a la hora de disfrutar del verano. Por **Virginia Galvín**. Ilustración de **Berto Martínez**.

“Y tú, ¿cuándo te vas de vacaciones?”. El ascensor, la barra del bar, la máquina del tabaco y la fotocopidora de la oficina se disponen a escuchar una vez más la gran pregunta del verano. Inecesaria hace sólo unos años, a menos que quisiéramos oír mil veces cual penitencia el consabido “a primeros de agosto, como siempre”. Ciertamente, según datos del Instituto de Estudios Turísticos, el 30% de los viajes que hicimos los españoles el año pasado tuvo lugar en agosto, lo que lo mantiene en el podio ganador; pero su reinado se ve amenazado por los 10 últimos días de julio, y sobre todo por la primera quincena de septiembre, que ha conquistado poco a poco el peculiar *maillot* amarillo de temporada alta. Justo cuando agosto pasa a ser temporada extra en los catálogos (aún hay clases). Y como la consigna general llama a fragmentar el verano al menos en dos tandas, las charlas de ascensor, bar, máquina de tabaco y fotocopidora se alargan y cobran inaudito interés. “Yo, la primera quincena de julio voy a la playa, y la segunda de agosto, a la montaña”, pongamos por caso.

Si los estudios dicen que planificamos con poco tiempo el destino vacacional, las agencias ya intuyen dónde no vamos a ir. Las pistas las brinda Jesús Martínez, presidente de la Federación Española de Agencias de Viajes. “Para empezar, hay algunos factores determinantes, como son las secuelas del 11 de septiembre de 2001, la guerra de Irak y fenómenos como el último atentado en Marruecos”. ¿Moraleja? Este año pinta más que nunca el verano doméstico. Algo muy del gusto patrio, desde luego (sólo el 8% de la población salió al extranjero el año pasado). Buena parte de los que atraviesan las fronteras se quedarán en la confortable *zona euro*, y especialmente en los destinos que mandan siempre: Francia y Portugal. Los más dispuestos a poner millas de por medio irán en masa a Latinoamérica, y México será el gran destino, como apunta **María Asenjo**, directora general de **OAK Power Comunicación**, que lleva la comunicación de diferentes empresas turísticas. “Además de México se mantienen otros destinos caribeños clásicos, como República Dominicana y Cuba, a los que se une Jamaica con protagonismo creciente”, enumera. Porque América Latina se va a beneficiar del otro gran fenómeno disuasorio: el SARS o neumonía asiática, que ha colocado en la UVI a China, Taiwan, Singapur y Hong Kong, para empezar, y en observación a muchos de los que se asimilan a los adjetivos *asiático*, >

EPS 59