

TURISMO RURAL EN ESPAÑA: PAISAJES Y USUARIOS, NUEVOS USOS Y NUEVAS VISIONES

*Gemma Cánoves Valiente**

*Luis Herrera Jiménez**

Universidad Autónoma de Barcelona

*Montserrat Villarino Pérez***

Universidad de Santiago de Compostela

RESUMEN

El artículo presenta la situación del turismo rural en España, con especial incidencia en Cataluña y Galicia. Se hace hincapié en los nuevos usos del espacio rural a partir del ocio y el turismo, un aspecto que está cambiando y diversificando las economías rurales. En este sentido se plantea cómo los usuarios y la población local perciben o «reperciben» su patrimonio, sus paisajes y sus lugares a partir de las nuevas miradas sobre el territorio rural.

Palabras clave: Turismo rural, paisaje, usuarios, Cataluña, Galicia, España.

ABSTRACT

This article describes the situation of rural tourism in Spain, especially in Catalonia and Galicia. It is focused on the new leisure and tourism uses of rural spaces, an aspect which is changing and diversifying the rural economies. Related to this, it is described how local inhabitants perceive and «reperceive» their heritage, their landscapes and their places from the new views of rural territories.

Key words: Rural tourism, landscape, users, Catalonia, Galicia, Spain.

Fecha de recepción: 3 de mayo de 2005.

Fecha de aceptación: 25 de mayo de 2005.

* Departamento de Geografía. Universidad Autónoma de Barcelona. Edificio B. 08193 Bellaterra. BARCELONA (España). E-mail: Gemma.canoves@uab.es; Luis.herrera@uab.es

** Departamento de Geografía. Universidad de Santiago de Compostela. 15782 SANTIAGO DE COMPOSTELA (España). E-mail: xemontse@usc.es

1. INTRODUCCIÓN

En este artículo presentamos las características del Turismo rural en España y nos centramos en detalle en Galicia y Cataluña. Dos comunidades que tienen en común un importante potencial por la diversidad de sus paisajes. El turismo rural o turismo de interior ha supuesto una diversificación de la oferta turística para ambas comunidades. No obstante, las potencialidades de las mismas son diferentes y su orientación como preservador del paisaje, el patrimonio y la cultura también lo es.

El paisaje natural en el sentido estricto es prácticamente inexistente y mucho más en los territorios de larga historia de ocupación humana. Es por lo tanto al paisaje cultural al que nos referimos, uno de cuyos componentes es el sustrato natural o medio físico, en el que el ser humano construyó asentamientos, realizó actividades y al que dotó de significados (Aguiló, 1999). Asimismo, el paisaje puede convertirse en un poderoso factor de atracción, capaz de generar un flujo de visitantes que justifiquen el desarrollo turístico de un lugar como vemos en multitud de casos.

La evolución reciente de los medios rurales hacia la plurifuncionalidad, allí donde fue posible, ha dado especial importancia al desarrollo del turismo en estos territorios; como una actividad más a la hora de generar nuevas rentas, por la coincidencia en el tiempo con el aumento de una población urbana dispuesta a comprar ese producto; que es el turismo rural.

En este nuevo marco de referencia, confluyen una serie de actores para los que el paisaje rural tiene distintos significados y diferentes funciones. La administración lo entenderá como un recurso para desarrollar una actividad económica, al igual que los promotores de empresas turísticas de diferentes actividades (alojamiento, deporte, aventuras, etc.), hasta el punto de analizar y evaluar las posibilidades de un paisaje determinado para las modalidades turísticas más adecuadas (Ocaña et al., 2004, Sayadi y Calatrava, 2001). Los visitantes buscarán tranquilidad, belleza, armonía, tradición, y estarán dispuestos a pagar por ello. La población local, pasará a percibir de modo diferente los distintos elementos del paisaje por el cambio de uso: unas condiciones topográficas limitantes para el uso agrario aumentarán su valor para el turismo de naturaleza. Sin embargo, lo que parece una gran ruptura, un choque entre diferentes actores y diferentes significados y usos no es más que una nueva etapa en la evolución de ese paisaje cultural.

Además, esa evolución se da en un marco nuevo: lo que importa no es el crecimiento a cualquier precio sino la utilización racional y no destructiva de los recursos paisajísticos, culturales, sociales y territoriales a largo plazo, es decir, la garantía de un desarrollo sostenible. (Espejo, 2004).

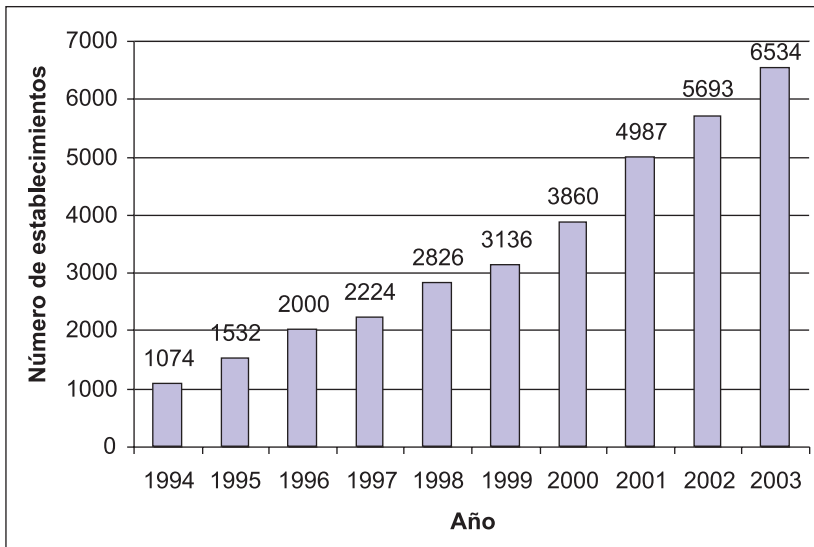
En sus inicios el turismo rural se potencia como una ayuda para complementar las rentas agrarias. Es en los años 80 con la crisis de la agricultura, un incipiente agotamiento del modelo de sol y playa, la aparición de nuevas formas de turismo, como el turismo de interior o el turismo cultural, y una cierta pérdida de las raíces rurales de buena parte de los habitantes de las grandes ciudades españolas, es cuando se produce la eclosión de la moda del turismo rural (Cánoves y Villarino, 2000). En la actualidad, podemos afirmar que es también una estrategia de desarrollo local: una forma de recuperar patrimonio arquitectónico, una iniciativa más para frenar el despoblamiento y el abandono de zonas rurales,

como también, una vía para recuperar tradiciones, una acción de sostenibilidad medioambiental y en definitiva un camino para potenciar la redistribución de los beneficios que genera el mercado turístico.

El turismo rural se enmarca en el turismo postfordista o turismo a la carta, fruto de los cambios de la sociedad postindustrial y las nuevas tendencias de consumo recreativo (Urry, 1995). Los espacios rurales han pasado a diversificar sus usos y uno de ellos es el turístico. Este redescubrimiento de los espacios de interior, y la reconversión del espacio-patrimonio rural para usos turísticos viene acompañado de la revalorización de aspectos como la autenticidad, la identidad cultural de los lugares, la revalorización de las raíces y una concienciación medioambiental de las sociedades urbanas.

En España en 2003 el Turismo Rural suponía un volumen de 6.534 establecimientos con un total de 56.575 plazas (INE, 2004) (Figura 1 y Tabla 1).

Figura 1
EVOLUCIÓN DEL TURISMO RURAL EN ESPAÑA (1994-2003)



Fuente: INE (2004).

Los datos muestran el importante crecimiento de esta actividad en los últimos 10 años. Aunque la importancia de esta modalidad turística no ha de centrarse tan sólo en el volumen de actividad, que es pequeño comparativamente con el resto de formas turísticas, sino en el conjunto de los beneficios que la actividad genera en el espacio rural (Cánoves, et. al, 2004; Sparrer, 2003 y López Olivares, 2003). Así, en la figura 2 se expresa de forma clara esta interrelación de elementos que giran en torno a la concepción del turismo rural.

La definición más utilizada en la Europa comunitaria es, la que establece que **el turismo rural** es aquella actividad turística realizada en el espacio rural, estructurada por

Tabla 1
OFERTA DE ESTABLECIMIENTOS DE TURISMO RURAL Y HABITACIONES
POR COMUNIDADES, MARZO 2003

Comunidades Autónomas	Nº de casas de TR abiertas	% de casas de TR abiertas	Nº habitaciones	% habitaciones
Andalucía	367	5,6	3.017	5,3
Aragón	622	9,5	4.692	8,3
Asturias	528	8,1	3.142	5,6
Islas Baleares	95	1,5	1.713	3
País Vasco	195	3	1.922	3,4
Canarias	432	6,6	2.168	3,8
Cantabria	226	3,5	3.687	6,5
Castilla y León	1.124	17,2	9.817	17,4
Castilla-La Mancha	486	7,4	3.641	6,4
Cataluña	695	10,6	5.833	10,3
Comunidad Valenciana	395	6	4.217	7,5
Extremadura	162	2,5	1.763	3,1
Galicia	386	5,9	4.557	8,1
Madrid	87	1,3	1.381	2,4
Murcia	257	3,9	1.827	3,2
Navarra	415	6,4	2.672	4,7
Rioja	61	0,9	527	0,9
Ceuta y Melilla	–	–	–	–
TOTAL	6.534	100	56.575	100

Fuente: INE, 2004.

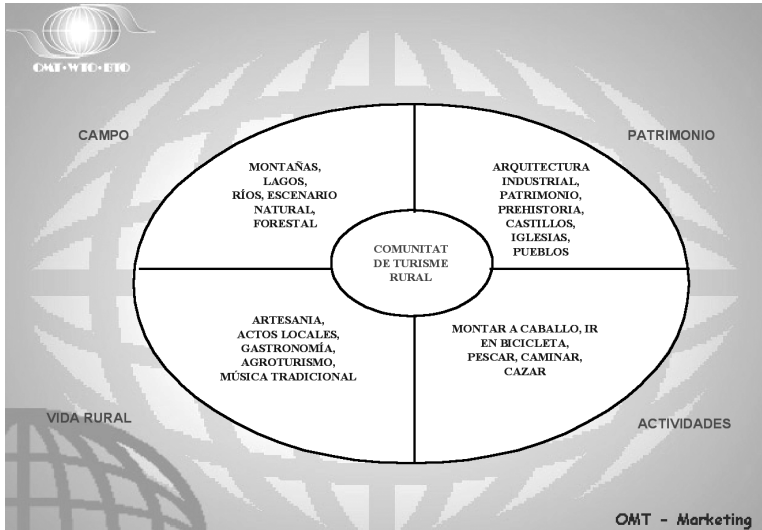
una oferta integrada de ocio, dirigida a una demanda motivada por el contacto con el entorno autóctono y que tenga una interrelación con la sociedad local.

Estas posturas derivadas de los nuevos usos del medio rural quedan reflejadas en las actuaciones de la administración, en las expectativas de los usuarios turísticos y en las opiniones de los propietarios. A ello nos referiremos a continuación para los casos de Cataluña y Galicia.

2. EL PAPEL DE LA ADMINISTRACIÓN

Tanto en Galicia como en Cataluña el papel de la administración ha sido decisivo. Ambas comunidades han entendido la importancia del turismo rural y del paisaje como factor de atracción turística, diversificador de rentas y conservador medioambiental y social

Figura 2
EL CONCEPTO DE TURISMO RURAL SEGÚN LA ORGANIZACIÓN
MUNDIAL DE TURISMO



Fuente: Organización Mundial de Turismo, OMT. (www.world-tourism.org).

del medio rural (Andrés Sarasa, 2000; Hall, et. al, 2003). Las estrategias han sido lógicamente diferentes.

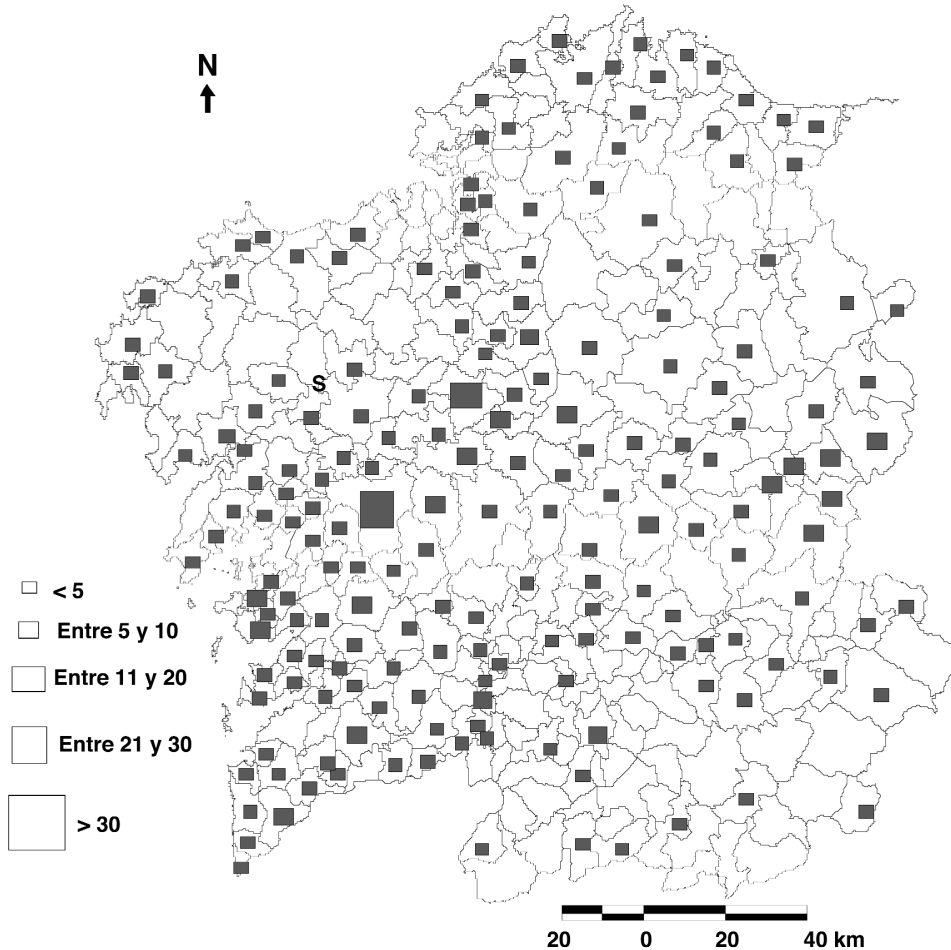
En Galicia, la expansión del turismo rural tuvo lugar desde mediados de los noventa, debido tanto al empeño de la administración como, y sobre todo, a los fondos europeos. Los datos de la tabla 2 y del mapa 1 así lo corroboran.

Tabla 2.
OFERTA DE ESTABLECIMIENTOS DE TURISMO RURAL

Años	Nº establec.
1991	38
1995	121
2000	227
2004	450
2005	480

Fuente: TURGALICIA Guías de Turismo rural varios años.

Mapa 1
DISTRIBUCIÓN DE LOS ESTABLECIMIENTOS DE TURISMO RURAL EN GALICIA. 2005.



Fuente: elaboración propia.

A la vista del mapa anterior es evidente que la expansión de la oferta de turismo rural no ha sido sólo cuantitativa sino también territorial porque prácticamente en toda Galicia existe esta oferta turística, con mayor intensidad quizá en las rías y su postpaís, en el Camino de Santiago y en algunas de las zonas que tuvieron sucesivos programas europeos.

En la primera regulación de la oferta de turismo rural (1992) se hacía mención expresa al valor del paisaje como factor potencial de atracción turística. Por una parte, se señalaba que el paisaje gallego tiene una imagen singular, distintiva y, por lo tanto, atractiva para una demanda que retorna al gusto por la naturaleza. Asimismo se hacía referencia precisa a un elemento concreto de ese paisaje: el patrimonio de los *pazos*, cuya recuperación era posible al dedicarlos a turismo rural. En sucesivas modificaciones se siguió incidiendo en ese último aspecto, ampliándolo a otro tipo de construcciones: casas tradicionales, rectoriales, monasterios, castillos. Y en la última normativa (2004) se integró una nueva modalidad que responde a un rasgo distintivo del medio rural gallego: las aldeas (modalidad de «aldeas rurales»). Otro de los fines para los que se desarrolló el turismo rural fue complementar las rentas agrarias; así se especificaba en la primera normativa y se va más allá en la última: en la modalidad de agroturismo («casas de labranza») se exige tener una determinada superficie dedicada a la actividad agraria, además de la condición de agricultor del propietario. Estas medidas aseguran la actividad agraria lo que permite ayudar a mantener el paisaje rural.

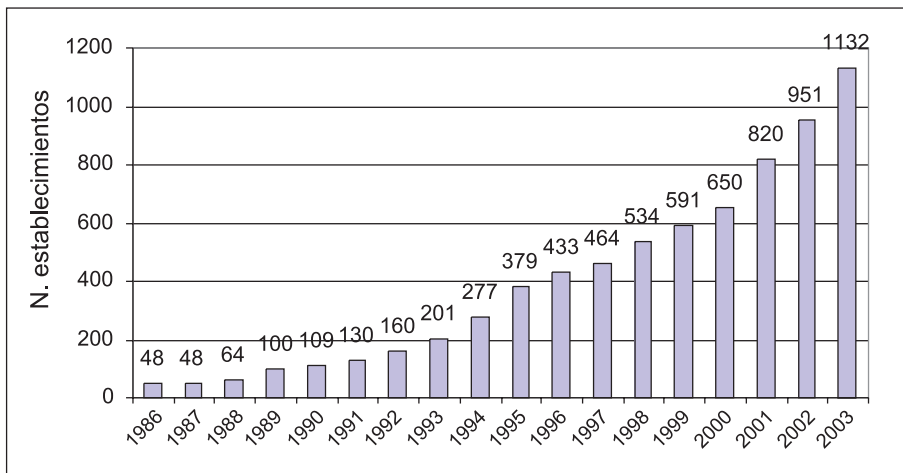
Y los diferentes programas de desarrollo rural emanados de la PAC también hacen mención expresa a la preocupación por el paisaje y el medioambiente. Así, en la iniciativa LEADER II una de las medidas de actuación (B6) fue *Rehabilitación y mejora del medioambiente y del entorno*, y en el PRODER I, la medida M2 fue la de *Valoración del patrimonio rural*. Entre las actuaciones realizadas para mejorar patrimonio y medioambiente se pueden citar a modo de ejemplo los acondicionamientos y recuperación medioambiental de espacios naturales, señalización, centros de interpretación, mejora de recursos cinegéticos, acondicionamiento de senderos o restauración de arquitectura popular, entre otros.

En el momento actual están ejecutándose los programas LEADER +, PRODER II y AGADER (del «Fondo Galego de Desenvolvemento Rural»). En el primer caso y entre las finalidades está «...*fomentar estrategias de desarrollo sostenible y de calidad, destinadas a la experimentación de nuevas formas de valorización del patrimonio natural y cultural...*». Los dos restantes son «...*programas comarcales orientados al desarrollo endógeno y sostenido del medio rural...y la conservación del espacio y de los recursos naturales*». Esta preocupación indica la necesidad y concienciación de la relación desarrollo sostenible-agricultura-turismo.

En Cataluña, el turismo rural es una oferta más de una oferta turística muy consolidada (Cataluña recibió en el 2002 13,4 millones de turistas y los viajeros de TR representaron en Cataluña el 0.7% del turismo total, DGT, 2004). Por otro lado Cataluña fue la primera comunidad que legisló la figura de alojamiento rural en España a través del decreto 365/1983 de 4 de agosto.

En los últimos años la evolución de la demanda de este producto ha ido creciendo y así lo refleja el incremento del número de establecimientos de turismo rural que se han abierto en Cataluña (Figura 3)

Figura 3
EVOLUCIÓN DEL TURISMO RURAL EN CATALUÑA, 1986-2003



Fuente: Dirección General de Turismo, 1986-2003.

El mapa 2 muestra el claro predominio del turismo rural por el paisaje verde y montañoso de Cataluña. La distribución de los establecimientos refleja (**Mapa 2**) que la mayor concentración se sitúa en el Pirineo y Prepirineo, con 4.085 plazas y 440 casas (el 36% de las casas).

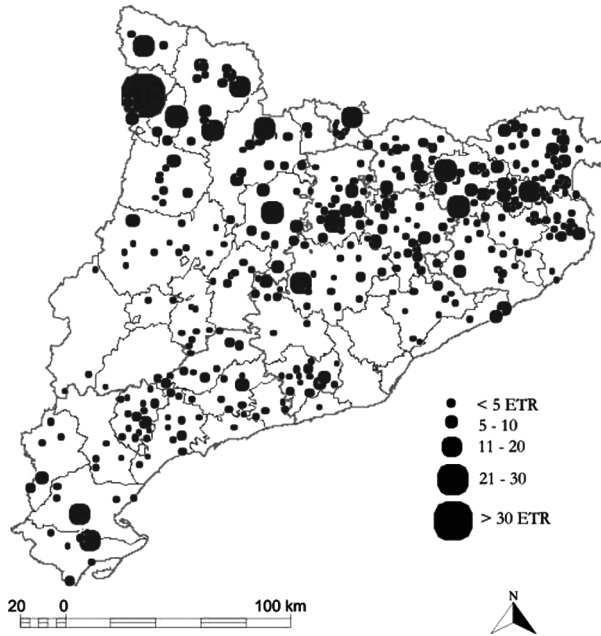
Este turismo verde o de montaña que complementa la temporada de verano y de invierno ha permitido un crecimiento de la actividad de servicios, ha frenado en las zonas más favorecidas como el Valle de Arán el despoblamiento, está siendo foco de llegada de inmigrantes y de nuevos pobladores y ha ayudado a la revalorización de los espacios rurales y a la autoestima de sus propios habitantes. Este fenómeno reciente en Cataluña y en Galicia se está extendiendo por toda España y responde a pautas de un nuevo consumo del espacio y de nuevos valores sociales y territoriales acordes con las sociedades urbanas y desarrolladas, modelo de nuestra sociedad del siglo XXI.

3. LAS EXPECTATIVAS DE LOS USUARIOS

¿Cuáles son las razones que tienen los visitantes para ir a Galicia a hacer turismo rural? ¿Qué expectativas se cumplen y cuáles no? Es sobradamente conocido que el perfil del turista en medio rural está cambiando desde las primeras etapas al momento actual. Frente al visitante muy específico nos encontramos hoy con un turista convencional, pero también conviene tener en cuenta y más de cara al desarrollo de esta modalidad, que hay una parte creciente de la demanda que se está segmentando, a la que habrá que responder con la especialización de las actividades. (Albadalejo y Díaz, 2003)

En el caso de Galicia y hoy por hoy, más de la mitad (59%, IGE) de los visitantes proceden de fuera de Galicia, y su perfil es el siguiente: casi la mitad (44,7%) tienen entre 29 y 40 años, tienen estudios superiores un 56,72%, la mitad (50,08%) viajan en pareja y una

Mapa 2
DISTRIBUCIÓN DEL NÚMERO DE ESTABLECIMIENTOS DE TURISMO RURAL DE CATALUÑA, 2003



Fuente: elaboración propia.

cuarta parte (25,54%) en familia, utilizan en su inmensa mayoría (84,74%) vehículo propio en sus desplazamientos y la estancia media es de 3,76 días. La principal razón para visitar Galicia es su medio natural y sus paisajes (44%)¹; en la encuesta anterior² el deseo de conocerla (37,2%) y conocer su cultura (14,7%) fueron los motivos principales. Las causas de elegir un establecimiento de turismo rural fueron la situación/el entorno/la tranquilidad (62,02%) y experimentar otro tipo de turismo (18,08%); en el período 1995-96 esta última razón era la más importante (31,2%), y se le unían otras como por la zona de ubicación del alojamiento (20,4%) y por la novedad del alojamiento (15,2%). La variación de las razones por las que el visitante opta por el turismo rural deben ser tenidas en cuenta; es decir, la novedad del alojamiento fue un factor de atracción que hizo confundir infraestructura (el alojamiento) con recurso (factor de atracción), pero ahora el visitante que va al medio rural lo hace buscando un atractivo, que en la mayoría de los casos falta o está sin elaborar. De esta información se deduce que el medio natural y el paisaje es el factor de atracción principal. Entre los dos cuestionarios de las encuestas no hay una total coincidencia, y algunas

1 La información sobre el perfil de los usuarios se ha obtenido de la encuesta realizada por Turgalicia: «Enquisa de turismo rural, 1999-2001».

2 Turgalicia, «Enquisa realizada nos aloxamentos rurais, xuño 1995-maio 1996».

preguntas que se recogían en el primero se omitieron en el segundo. Entre éstas están las que medían la apreciación de los visitantes sobre aspectos territoriales. Mostramos los resultados por la relevancia que tienen. Espacios naturales: una tercera parte (31,6%) creen que los espacios naturales están muy bien conservados y un 39,1% que están bien; entre las deficiencias más reiteradas están la existencia de vertederos (a veces en los parajes de mayor belleza), los incendios, la suciedad o las talas indiscriminadas. Recursos monumentales: sólo un 9,9% los consideran muy bien conservados y un 42,5%, bien conservados; las deficiencias más reiteradas en relación a estos recursos son la falta de conservación, la carencia de información o la imposibilidad de visitar los interiores. Aspectos urbanísticos: la señalización deficiente engloba la mayor parte de las críticas, hecho muy grave en un territorio con un poblamiento muy disperso, unido a la pérdida de arquitectura popular sustituida a veces por formas constructivas alóctonas. En conjunto, el grado de satisfacción global con la experiencia del turismo rural en Galicia es muy alto: muy satisfecho y satisfechos, fueron el 90,8% en 1996 y 89,31% en 2001.

Las respuestas para **Cataluña** son similares y denotan la importancia de la valoración territorial y patrimonial que expresan los turistas del medio rural. Los aspectos que más valoran los usuarios (en una escala de 1 a 5) son el contacto directo con la naturaleza y el paisaje, la tranquilidad y la paz del lugar y la relación calidad precio, y el aspecto más valorado en relación a la casa son las comidas, mientras el peor es la posibilidad de practicar deportes al aire libre (**Tabla 3**).

Tabla 3
ASPECTOS QUE VALORAN LOS USUARIOS DE TURISMO RURAL, 2002-2003

	Puntuación
El contacto directo con la naturaleza y el paisaje	4.5
La tranquilidad y la paz que ofrece el lugar	4.5
La relación calidad precio	4.4
El trato y la relación que establecen con los propietarios	4.3
Los atractivos turísticos	4.3
La distribución interna de la casa - establecimiento	4.0
El contacto directo con la vida rural	3.6
Las actividades complementarias que se ofrecen	3.5
La fácil accesibilidad al lugar	3.4
Las características arquitectónicas de la casa	3.3
La práctica de deportes al aire libre	2.9

Fuente: elaboración propia a partir de la encuesta, 2003³.

3 El trabajo de campo se desarrolló entre los meses de abril de 2003 y mayo de 2004. La encuesta se envió a todas las casas de turismo rural de Cataluña. Los resultados completos del estudio se pueden consultar en: **Turismo Rural en Catalunya: Una aposta Mediambiental i de Qualitat** Fundació Abertis- UAB (<http://seneca.uab.es/ter>)

Hay que puntualizar que hablamos de un consumidor que pasa unos 6 días de media alojado en la casa, que se sitúa entre unos 35-40 años de edad, el 60% de los cuales reside en una gran ciudad, que es de clase media alta y que viaja con su familia y mayoritariamente en coche. Es evidente que los deportes al aire libre y los de aventura difícilmente van a ser considerados una prioridad. Sin embargo, sí que responde claramente a una sensibilidad conservacionista del medio que lo rodea, se dedica a visitar lugares y poblaciones emblemáticas, recorre el territorio de forma lenta y está especialmente sensibilizado por la gastronomía, los productos de calidad, el medioambiente y el patrimonio cultural. Huye de la masificación y valora la calidad tanto en el trato como en el producto. Este perfil que se expresa tanto para Galicia como para Cataluña, está muy lejos de los iniciadores del turismo rural en la oferta de las «Casas de Labranza» y ello es así porque también la sociedad actual no es comparable a la de los años 60.

4. LAS OPINIONES DE LOS PROPIETARIOS

Las vacaciones en el medio rural son una práctica que viene de antiguo, pero el turismo rural tal como hoy lo entendemos y en el contexto en el que se da (desagrarización del medio rural y asunción de otras funciones) es una actividad que genera cambios en el uso y percepción de ese medio.

En el caso de Galicia, el propietario de los establecimientos evolucionó en la percepción del entorno medioambiental. Para los agricultores que a lo largo de los años sesenta y setenta se adhirieron al programa de «Vacaciones en Casas de Labranza», el territorio rural tenía como finalidad obtener los escasos recursos agropecuarios para subsistir y el turismo permitía obtener un pequeño complemento, que se unía al acondicionamiento de la casa, normalmente con un cuarto de baño que antes no tenían. El hecho de tener turistas no les hacía variar su valoración del territorio. Se trataba de subsistir.

Fueron líderes locales los que animaron a los agricultores a dedicarse al turismo rural utilizando los primeros fondos europeos (LEADER I). En las zonas en las que no había turismo con anterioridad, se desconocía cómo era la actividad e incluso se desconfiaba de la afluencia de visitantes. Nuevamente, la posibilidad de arreglar la casa fue el incentivo inmediato. La percepción del entorno estaba en relación con las ventajas o limitaciones que tuviese para la actividad agropecuaria; por ejemplo, no se entendía que la montaña fuese un factor de atracción para el turismo, por cuanto era un medio muy limitante: frío, de acusadas pendientes, aislado, en una palabra, repulsivo. A medida que se desarrollaba la actividad, la percepción empezó a cambiar, y así continuó a lo largo de la década de los noventa y principios de 2000, con la gran expansión de esta modalidad turística.

El espacio rural, el medio natural se considera como un recurso capaz de dinamizar la actividad, y en consecuencia debe cuidarse; es habitual que los propietarios señalen que el turismo rural ayuda a mantener los recursos naturales (Carlsen, 2001). Este cambio en la percepción del entorno hace actuar a los propietarios en diferentes aspectos.

En primer lugar esmerándose en el cuidado del exterior del establecimiento⁴: acondicionamiento de jardín, piscina y otras dependencias. En segundo, denunciando a la admi-

4 En una primera época la Xunta de Galicia subvencionaba la rehabilitación de la casa de turismo rural. Posteriormente, se exigió una rehabilitación que incluyese casa y entorno inmediato.

nistración aquellos déficits que perjudican el turismo; los más frecuentes fueron los relativos a basureros incontrolados, frecuentemente localizados en áreas de gran valor paisajístico, limpieza de los márgenes de los ríos, ausencia de sistemas de alcantarillado y de depuración o sistema insuficiente en la recogida de basuras. Y en tercer lugar, se dio uno de los cambios más notorios como fue la sensibilización hacia impactos territoriales como los producidos por los incendios, por la tala de arbolado, por la sustitución de especies forestales autóctonas o por los usos de suelo no compatibles con el turismo; tales como las canteras, las minicentrales o las granjas industriales.

Otra de las indudables aportaciones del turismo rural —en Galicia, quizá de las más importantes— fue la de generar cambios en los aspectos constructivos⁵. La recuperación del patrimonio construido fue uno de los objetivos de la Xunta de Galicia al promover el turismo rural. Según la encuesta realizada a los propietarios de los establecimientos de turismo rural⁶ el 76,7% rehabilitaron teniendo en cuenta tanto el valor arquitectónico del inmueble como el valor natural de la zona, y en un 15,1% la casa tenía un valor patrimonial reconocido oficialmente. El «efecto demostración» funciona y actualmente estamos viendo cómo se toman los establecimientos de turismo rural o las segundas residencias como modelo y referencia a la hora de arreglar las viviendas rurales. Ésta es una contribución muy importante para la conservación del patrimonio rural.

Ya por último, cabe hacer mención a la dinamización de determinadas actividades agrarias que se complementan con la turística. Una de las más extendidas es la relación del viñedo con el turismo; la belleza del paisaje y la cultura del vino se convirtieron hoy en un valor añadido en los territorios vitícolas (Maby, 2002). Así en las principales zonas vitivinícolas se establecieron rutas que incluyen paisaje, monumentos y bodegas. Otros productos con denominación de origen también se han beneficiado en parte con esta modalidad turística; de hecho, una de las medidas de actuación de los programas de desarrollo rural fue la de valoración y comercialización de productos agrarios. De este modo, las dos funciones, agraria y turística, se benefician mutuamente.

Es evidente que la actividad turística está generando un cambio de percepción del entorno medioambiental: es un recurso valioso y por lo tanto debe cuidarse. Sin embargo, conviene estar alerta sobre algún peligro. Nos referimos a una tendencia que empezamos a observar y que es creciente como es el aumento de los propietarios ajenos a la zona. Ante este dato, debemos preguntarnos si el espacio rural es un recurso o un mero soporte; de ser lo segundo, no habría problema en dar paso a cadenas inmobiliarias u hoteleras que desvirtuarían la verdadera esencia del turismo rural. No obstante, la filosofía del turismo rural no es poner turismo en el medio rural sino ayudar a dinamizar el medio rural a través del turismo rural entre otras actividades, pero teniendo en cuenta que el soporte humano y social de este medio son las personas que en él viven y, por lo tanto, las únicas capaces de conservar el paisaje y la cultura.

El turismo rural en Cataluña responde mayoritariamente a la iniciativa privada. Los motivos que llevaron a iniciar esta actividad fueron para la mayoría de los propietarios (el

5 De un tiempo a esta parte hay una denuncia generalizada del «feísmo», término que alude a la anárquica construcción en el medio rural gallego tanto en tipologías como en materiales utilizados.

6 Realizadas en el proyecto de investigación: **Desarrollo turístico rural y revalorización sociocultural y medioambiental en Cataluña, Galicia y las Islas Baleares. BSO2000-0110**, dirigido por G. Cánoves.

78.8 % son personas vinculadas con la explotación y residen en la localidad) obtener un complemento a las rentas de la explotación, constituir una estrategia para conservar el patrimonio («la Casa») y rehabilitar unos espacios que han cambiado de uso y de los que se puede obtener un rendimiento.

El turismo rural se percibe, también, como una opción de futuro (se vincula a que serán los hijos quienes seguirán con la actividad), lo que explica la idea de ampliar el negocio ofreciendo mejores servicios y actividades complementarias. Los propietarios son personas jóvenes (un 50% tienen entre 20-40 años). Esta actividad es eminentemente familiar y son los miembros de la unidad familiar los que realizan las tareas; tan sólo contratan personas externas en temporada alta como el verano, Navidad y Semana Santa. Un 50% de los propietarios obtienen entre un 10 y un 40% de los ingresos de la renta familiar a partir del turismo rural. Este dato indica que la actividad es un complemento a otras rentas y que resulta difícil vivir exclusivamente del turismo rural. Esta opción ha significado, como en el caso de Galicia, el mantenimiento y rehabilitación de las casas, bien a través de la ayuda que suponen las rentas de los turistas alojados en una parte de la casa, bien a partir de poder acondicionar casas pequeñas anexas que ya no tenían ningún uso. En ambos casos, ha permitido retener a algún miembro de la familia, hijos o hijas, asegurando por lo menos el mantenimiento del patrimonio familiar, y como en Galicia, el «efecto demostración» de que la actividad funciona ha permitido recuperar pequeños pueblos, atraer nuevos pobladores, generar sinergias de nuevas actividades y diversificar la economía del espacio rural. Ahora bien, no escapa a una serie de conflictos que se están planteando, entre locales y nuevos llegados, entre la agricultura y el turismo, entre la población del lugar que ve cómo sus rentas disminuyen mientras otros de fuera se aprovechan y entre los conservacionistas puros y la adaptabilidad del territorio a nuevos usos, al gusto a veces de los nuevos consumidores. El turismo rural hay que considerarlo un cambio más de la sociedad postproductivista, pero hay que verlo con cautela y planificarlo para un desarrollo sostenible a largo plazo.

5. CONCLUSIONES

El turismo rural es una muestra más de los rápidos cambios que se están produciendo en los espacios rurales; estos cambios responden a múltiples motivos, pero en la perspectiva del turismo son resultado de una sociedad con un buen nivel de vida como es la española, inmersa en un proceso de intensa urbanización, con una sensibilidad medioambiental y de retorno a las raíces rurales, con una extensión y segmentación del tiempo de ocio y en lo que parece más importante, con una nueva mirada hacia el espacio rural como un espacio con patrimonio, cultura, paisaje y nuevas oportunidades más allá de la producción agrícola. Estos cambios se están produciendo de forma rápida y sus protagonistas son tanto los habitantes del medio rural como los nuevos retornados, permanentes o temporales, que han escogido ese medio como un mejor lugar para vivir y habitar. Asistimos ahora a una mezcla de orígenes y habitantes en un medio rural que ha tenido hasta tiempos muy recientes una estructura social muy estática. Los nuevos residentes provienen de las ciudades, ejercen trabajos a distancia, han abandonado su anterior profesión y se instalan en el turismo rural, son inmigrantes y encuentran trabajo en el medio rural, han innovado en sus explotaciones agrarias y en definitiva reclaman que el nivel de servicios, asistencia y vida sea el

mismo que en las grandes ciudades pero con la calidad de vida de los espacios rurales. Esta difícil, por ahora, dicotomía hay que resolverla con prontitud. El espacio rural y sus habitantes reclaman dejar de ser el patio trasero de las ciudades, el jardín de los «urbanitas», el espacio de recreo de los veraneantes de fin de semana y reivindican su papel de conservación social y medioambiental del territorio.

BIBLIOGRAFÍA

- ALBADALEJO, I. y DÍAZ, M.T (2003): «Un Modelo de elección discreta en la determinación del perfil del turista rural: Una aplicación a Murcia». *Cuadernos de Turismo*, Universidad de Murcia, n. 11, pp. 7-19.
- AGUILÓ ALONSO, M. (1999): *El paisaje construido. Una aproximación a la idea de lugar*. Madrid, Colegio de Ingenieros de Caminos, Canales y Puertos.
- ANDRÉS SARASA, J.L. (2000): «Aportaciones básicas del turismo al desarrollo rural» *Cuadernos de Turismo*, Universidad de Murcia, n. 6, pp. 45-60.
- CÁNOVES, G. y VILLARINO, M. (2000): «Turismo en espacio rural en España: Actrices e imaginario colectivo.» *Documents d'Anàlisi Geogràfica*, 37 pp. 51-77.
- CÁNOVES, G. ET AL. (2004): «Rural Tourism in Spain: an analysis of recent evolution» *Geoforum*, 35, pp. 755-769.
- ESPEJO, C. (2004): «Campos de golf y medio ambiente. Una interacción necesaria». *Cuadernos de Turismo*. Universidad de Murcia, N° 14, pp. 67-111.
- CARLSEN, J. (2001): «The Environmental attitudes and practices of family businesses in the rural tourism and hospitality sectors.» *Journal of sustainable tourism*, n. 9, vol. 4.
- GENERALITAT DE CATALUNYA (2003): *Establiments de turisme rural. Catalunya Guia 2003*.
- HALL, D. ET AL. (2003): *New directions in rural tourism*. Aldershot Ashgate, pp. 235.
- DGT (Direcció General de Turisme) (2004): *Estadísticas de turismo de Cataluña, 2001 y 2002*. <www.gencat.net/turisme>. (Consultada el 14 de febrero del 2004).
- INE (2004): *Encuesta de ocupación en alojamientos de turismo rural, 2001, 2002, 2003*. <<http://www.ine.es/inebase>>. (Consultada el 6 de octubre del 2004).
- LÓPEZ OLIVARES, D. (2003): «El desarrollo turístico integrado en los espacios rurales de interior: Su aplicación al producto de salud» *Cuadernos de Turismo*, Universidad de Murcia, n. 11, pp. 107-126.
- MABY, J. (2002): «Paysage et imaginaire: l'exploitation de nouvelles valeurs ajoutées dans les terroirs viticoles» en *Annales de Géographie*, n° 624.
- OCAÑA, C., GÓMEZ, M., y BLANCO, R. (2004): *Las vistas como recurso territorial. Ensayo de evaluación del paisaje visual mediante un SIG*, Málaga, Universidad de Málaga.
- SAYADI, S. y CALATRAVA, J. (2001): «Agroturismo y desarrollo rural: Situación actual, potencial y estrategias en zonas de montaña del sureste español», *Cuadernos de Turismo*, Universidad de Murcia, n° 7, pp. 131-157.
- SPARRER, M. (2003): «Género y turismo rural. El ejemplo de la costa coruñesa», *Cuadernos de Turismo*, Universidad de Murcia, N°, pp. 181-197.
- URRY, J. (1995): *Consuming Places*, Routledge, Londres, 272 págs.