

## **TURISMO RURAL: MITO O ESPERANZA DEL MEDIO RURAL**

Antonio V. Lozano Peña

### **0. INTRODUCCION.**

Que el turismo puede contribuir al desarrollo de los espacios rurales, parece ser una afirmación que nadie cuestiona. Fruto de ella, las propuestas, las acciones, los planes, se han generalizado hasta tal punto que el turismo se considera de forma creciente como un elemento de gran potencialidad para evitar su declive progresivo e inexorable.

Tanto el Plan Andaluz de Desarrollo Económico 1991-1994, que apuesta por el turismo para contribuir al equilibrio territorial (Consejería de Economía, 1991), como las propias actuaciones de la D.G Turismo en los últimos años, en las que han proliferado las realizadas en el medio rural (D.G. Turismo, 1993 a), o el documento de Base para un Plan de Desarrollo Rural Andaluz (Consejería de Agricultura y Pesca, 1993), así lo ponen de manifiesto. En este último documento, aún cuando se reconoce que el medio rural andaluz es muy diverso, y no en todas partes cabe plantear un desarrollo turístico, el recurso al turismo se generaliza de forma clara. Basta una simple lectura del documento, que va a marcar las pautas de las acciones de la Administración Regional en relación al medio rural, para observar hasta qué punto el turismo juega un papel importante en la estrategia de desarrollo. No sólo a nivel de análisis, evaluación de fortalezas y oportunidades, sino también de propuestas, el turismo ocupa un lugar destacado. Tan sólo en tres de las diez zonas delimitadas no se considera la existencia de algún potencial u oportunidad turística, y

en todas, salvo en dos, se realiza alguna propuesta para el desarrollo turístico (cuadro 1). No obstante, este protagonismo se ha generado sin que haya habido una reflexión amplia y profunda sobre el fenómeno, que suministre unas bases sólidas para comprenderlo y adecuar el marco de actuación a sus características<sup>1</sup>

Esta es la pretensión del presente artículo: aportar una reflexión sobre las causas y condiciones en las que se ha planteado este protagonismo. Su objetivo es ayudar a valorar sus posibilidades de ejercer el papel decisivo que se le reclama y proponer unos referentes básicos para la política de desarrollo del turismo en el medio rural.

Para ello, arranca en primer lugar de un análisis de por qué se ha generado esta relevancia como elemento que ayude a comprender el fenómeno para, a continuación, intentar valorar hasta qué punto es posible que el turismo asuma ese carácter de motor que se le pretende atribuir. Por último, se entra a considerar desde qué planteamientos ha de abordarse la promoción del turismo en el medio rural.

Antes de entrar de lleno en el análisis, es necesario realizar dos puntualizaciones. En primer lugar, las reflexiones que contienen estas líneas, aún naciendo con una pretensión generalizadora, lo hacen desde la óptica de Andalucía y, por lo tanto, basadas en sus propias características. En segundo, que el espacio rural es la referencia, por lo que el enfoque no pretende valorar el turismo rural como alternativa para mejorar la competitividad del sector sino, por el contrario, analizar las posibilidades de desarrollo turístico de este ámbito. Ambos planteamientos, aunque con elementos comunes, no son, como puede resultar obvio, iguales.

### **I. EL POR QUE DE ESTA IMPORTANCIA CRECIENTE.**

Este ascenso de la promoción del turismo en el medio rural como instrumento de desarrollo es el resultado de un conjunto de causas que se derivan, tanto del propio espacio como del fenómeno que se pretende impulsar.

<sup>1</sup> Esto no quiere decir que no haya habido ningún tipo de reflexión al respecto, sino más bien que ha sido escasa y siempre ha ido por detrás de las actuaciones en la materia.

**CUADRO 1**  
**El turismo en las bases para un Plan de Desarrollo Rural Andaluz**

ZONAS	FORTALEZAS	OPORTUNIDADES	PROPUESTAS
Sierra Morena	Estructura de la propiedad favorable para el turismo cinegético.	Buenas perspectivas para ciertas formas de turismo rural.	Desarrollo de actividades de ocio con paquetes completos de ocio y turismo rural dirigidos a los consumidores de las grandes ciudades.
Vegas del Guadalquivir			Desarrollo de algunas actividades de ocio; preparar paquetes completos dirigidos especialmente a consumidores urbanos no necesariamente locales (por ejemplo Madrid)
Campiñas Béticas			Desarrollo de algunas actividades de ocio; preparar paquetes completos dirigidos especialmente a consumidores urbanos no necesariamente locales (por ejemplo Madrid)
Subbéticas Andaluzas	Atractivo para promoción del turismo rural	Potencialidades para el desarrollo del turismo rural	Impulso al establecimiento de actividades de agroturismo y turismo rural por parte de la población local, orientado hacia clientes de rentas medio-altas
Hoyas y Vegas del Surco Intrabético		Turismo cultural y rural. Turismo deportivo.	
Sierras de Segura, Cazorra y Las Villas		Diversas formas de turismo en el medio rural	Desarrollo coordinado de actividades de ocio y turismo rural, enfocado especialmente hacia clientes de renta alta y orientado hacia zonas no congestionadas.
Litoral Mediterráneo	Buena imagen del cara al turismo Confort climático que favorece el turismo	Inversión en infraestructuras turísticas en la Costa del Sol Occidental. Planes de promoción turística alternativa.	Captación de nuevos clientes para la oferta turística. Diversificación de la oferta turística relacionada con la agricultura (agroturismo). Vincular la población agraria al turismo. Fomento del turismo rural y ecológico. Mejoras a la oferta turística.
Litoral Atlántico	Notable capacidad de atracción turística. Equipamiento hotelero, de acogida.	Política de fomento del turismo rural y ecológico.	Desarrollo turístico más armónico y estructural. Mejor aprovechamiento general del equipamiento costero.
Sierras Penibéticas	Potencial en el turismo rural y natural.	Auge del turismo rural	Potenciar los resortes para un turismo rural de empresas medias y compatible con las condiciones de fragilidad del medio y la calidad del paisaje
Altiplanicies del N.E. Andaluz			

**La crisis del espacio rural como origen.**

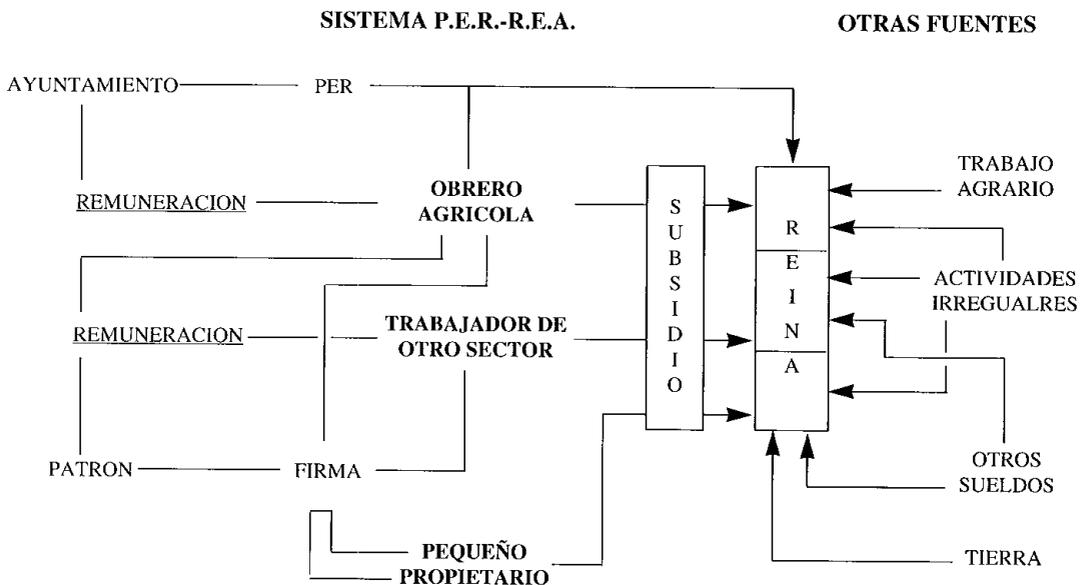
La existencia de una crisis en el medio rural fruto de la quiebra de la agricultura como elemento vertebrador de este ámbito, parece un conclusión extendida. Esta situación, que ha llegado a ser calificada como de "vacío" (Bericat, 1994), aludiendo a la pérdida de elementos definitorios del modelo socioeconómico imperante en este espacio, refleja la incapacidad de la agricultura para mantener la actividad, la renta y la población en los espacios agrícolas. El turismo en el espacio rural, su relevancia para el desarrollo rural, surge pues en el marco del declive de la agricultura, y cuando ésta, pese a las ayudas recibidas, ya no es capaz de solucionar por si sola el problema de subdesarrollo económico y social de las zonas rurales (Bardón, 1989).

En el último siglo, en paralelo con los profundos cambios de los sistemas económicos y sociales (industrialización, urbanización masiva, progreso técnico), también la actividad agrícola ha sido profundamente modificada. Los aspectos más relevantes de este cambio (Motemagno, 1991) han sido: mecanización difusa; aumento de la productividad; cambio en las tipologías culturales; crecimiento, en volumen y en valor de la producción y, consecuen-

temente, la reducción de la mano de obra y el abandono de las tierras. Las consecuencias han sido la reducción de la población que habita en el medio rural, y una persistente situación regresiva. El carácter estructural de la crisis agrícola, y sus implicaciones de pérdida de ocupación, con la consiguiente expulsión de mano de obra, hace que las políticas de sostenimiento de precios y rentas, las transferencias por esta vía recibidas, se transformen paulatinamente en un elemento esencial del modelo socioeconómico rural. Pero la capacidad de sostener el mundo agrícola se va derrumbando. Las transferencias por si solas no son capaces de mantener un sistema en el que la agricultura pierde aceleradamente su capacidad de soportar la población y la renta rural.

La incorporación de otros elementos, fenómenos de industrialización con fuerte componente de economía sumergida, actividades agrarias y cuasigrarias desestructuradas y ocasionales, propicia que de forma progresiva se asiente un modelo que se ha venido a denominar "pluralidad de rentas", buscando la sustitución de la agricultura por un conjunto de actividades diversas, entre las que se incluye el turismo. Una síntesis esquemática de éste se recoge en el gráfico 1.

**GRAFICO 1**  
**EL SISTEMA PER-REA EN EL ESQUEMA DE PLURALIDADES DE RENTA EN AMBITOS RURALES.**



FUENTE: Pouliquen, Y. "El Plan de Desarrollo Rural Andaluz: Discusión de sus Bases". ESECA, "Informe del Sector Agrario en Andalucía, 1992". UNICAJA, Málaga 1993.

El análisis de este modelo para el caso andaluz desde una perspectiva dinámica, pone de manifiesto cómo el escaso potencial del resto de actividades ha ido reforzando la función de los sistemas de subsidiación agraria o rural. Es apreciable en el gráfico el papel central de los sistemas de transferencias. Realmente desde la perspectiva de habitante del medio rural las alternativas a los subsidios son muy escasas, y apenas capaces de superar el carácter de complemento para alcanzar un nivel de renta ligeramente superior al de subsistencia (Pouliquen, 1993). La crisis del sistema es tan profunda, las necesidades de transferencias de recursos son tan elevadas, que suponen un problema para un estado del Bienestar cuya capacidad de gasto está muy comprometida. La reforma de la PAC muestra hasta qué punto el crecimiento de los gastos agrarios se intenta controlar (Gómez, 1991). Además la generalización de la crisis (que es industrial y urbana), que dispara las necesidades de fondos públicos para hacerle frente, no hace sino acentuar la presión sobre el sistema. Se reclama una reducción de los fondos para la agricultura y el medio rural con un doble argumento. Por un lado, pensando en la eficacia del gasto y en destinar fondos donde la mayor capacidad productiva y de generación de renta produce un mayor efecto general, asociada normalmente a la industria. Y, por otro, aludiendo a los vicios del sistema de transferencias y sostenimiento de rentas. La conclusión es que el sistema se quiebra y es necesario desarrollar otras actividades que sustituyan a la agricultura y aminoren la dependencia de las transferencias públicas.

### **Las nuevas funciones de la ruralidad: la conservación ambiental como elemento central.**

Simultáneamente una ascendente conciencia ecológica, introduce dentro de este sistema rural un elemento nuevo: la conservación del medio ambiente. Efectivamente aún cuando esta preocupación ambiental se concibe de forma general para el conjunto del sistema económico, lo cierto es que su plasmación práctica ha recaído, sobre todo, en la protección de espacios naturales más que en insistir contundentemente en los cambios de los modos de producción y consumo, lo cual ha colocado a los espacios agrarios, rurales, en el centro de esta "nueva" conciencia ambiental. Hasta tal punto, que

esta incorporación se hace desde el afán de situarlo al mismo nivel que la actividad tradicional agraria, llegando al extremo de proponerse desde el proyecto de reforma de la PAC que el agricultor, habitante del medio rural, debe desempeñar, además de su función productiva agraria tradicional, otra de protección y administración del medio ambiente (Gómez, 1991).

El documento de Bases para un Plan de Desarrollo Rural Andaluz (Consejería de Agricultura y Pesca, 1993), asume plenamente dentro de su filosofía esta nueva concepción. Entre las nuevas funciones cita: Equilibrio territorial; Sumidero de contaminación; Equilibrio ecológico; Producción de paisaje; Producción de recursos naturales; Soporte de actividades recreativas. Como se ve, entran de lleno en ese nuevo papel que de forma explícita ha de asumir el medio rural.

Al margen de esto, y a los efectos del objetivo de estas reflexiones, estas nuevas funciones parecen apuntar un mundo rural donde se reduce el peso de los elementos activos en la generación de renta (la agricultura), en favor de los pasivos receptores de renta (las transferencias). Las nuevas funciones suponen la producción de bienes que, en la mayoría de los casos, no tienen un mercado. Son bienes públicos, por lo que no hay unas funciones de producción y consumo relacionadas directamente mediante la existencia de un mercado donde se determinen las cantidades y los precios. Esto es, que su provisión ha de realizarse desde el sector público o del privado mediante subvención. En definitiva, supone alimentar un sistema que depende de la capacidad del sector público para mantener la renta y la ocupación.

La única alternativa, en estos momentos, de reducir esa dependencia, insertando esa producción en un mercado, es convirtiendo lo rural en un bien susceptible de uso turístico. La preocupación medioambiental plasmada, no sólo en valores ambientales sino también culturales y ecológicos, confiere al medio rural un fuerte atractivo por cuanto suponen, generalmente, espacios y paisajes no desestructurados rápidamente (Nogué, 1989) y, por lo tanto, "valorados" desde espacios urbanos más agresivos y desarraigados de la cultura tradicional.

### El espacio rural “producto” adecuado a los cambios en la demanda turística.

Surge así el turismo como una alternativa para modificar un sistema dependiente de las ayudas públicas. Una “nueva” actividad que al principio aparece en igualdad con el resto de elementos del modelo de pluralidad de renta pero que, progresivamente, por la incapacidad de los dos elementos principales, agricultura y transferencias, se va convirtiendo, más bien se le pretende asignar, un papel motor.

Este papel se ha visto propiciado por las oportunidades que abrían los cambios en la propia actividad turística. De forma sintética nos referimos a (D.G. Turismo, 1993 b):

- Mayor valoración del tiempo vacacional. Es un consumo que está pasando de ser considerado de lujo a ser cada vez más de primera necesidad.
- Crecimiento estable desacelerado. Se mantiene el crecimiento de los flujos y la actividad incluso en épocas de recesión.
- Fraccionamiento de las vacaciones.
- Mayores niveles de exigencia de los turistas.
- La personalización de las vacaciones.
- La diversificación motivacional.
- Progresiva valoración de los elementos ambientales.

Todos estos cambios han conducido, al margen del reconocimiento de la capacidad del turismo como generador de actividad, a colocar de forma creciente al medio rural en un lugar central de las corrientes turísticas. En el inicio del desarrollo del turismo como un fenómeno masivo, el producto, el objeto valorado desde el punto de vista turístico, se podía resumir con las cuatro “S” anglófonas (Sund, Sand, Sea and Sex), turismo pasivo de permanecer y observar, muy relacionado con estilo de vida “modernos”, o si se quiere, con valores asociados a usos y estilos de vida no tradicionales. Actualmente los cambios van hacia un turismo activo, de hacer cosas, definido por las cuatro “E” francófonas: Equipement, Environnement, Encadrement,

Evenement.(D.G. Turismo, 1993 b). Es evidente que las zonas rurales se convierten en espacios turísticos con fuerte potencial de desarrollo. El mantenimiento del hábitat tradicional supone un atractivo para un mundo urbano, alejado de la conciencia cultural tradicional, donde los cambios son más rápidos y se ha perdido la vinculación con el entorno. Es necesario recordar hasta qué punto las culturas nacionales, regionales o locales, en todas sus manifestaciones tienen una raíz en la cultura campesina, diversa en sus manifestaciones, pero homogénea en sus planteamientos fundamentales (Montemagno, 1991).

### II. LAS POSIBILIDADES DEL TURISMO COMO ELEMENTO MOTOR EN EL MEDIO RURAL

Una vez que se ha intentado poner de manifiesto el origen de ese nuevo papel que se le pretende atribuir al turismo rural, conviene plantearse hasta qué punto puede asumir esa función. En definitiva, si el turismo puede ser una alternativa para el medio rural. Para llegar a una aproximación respecto de la funcionalidad del turismo como un nuevo elemento vertebrador del espacio rural, es necesario intentar dar respuesta a cuatro cuestiones básicas: si es un fenómeno generalizable a la mayor parte de las zonas rurales; si su desarrollo es abordable desde el medio rural; su compatibilidad con la preservación ambiental y su capacidad para generar un volumen de actividad y ocupación lo suficientemente significativo para modificar la tendencia regresiva.

#### Generalización del turismo en el espacio rural.

Dar respuesta a esta cuestión implica a su vez plantearse dos interrogantes: la idoneidad de cualquier espacio para el desarrollo del turismo, y la existencia de demanda suficiente para sostener una presencia turística extendida.

Respecto de la *idoneidad* de cualquier espacio rural para atraer flujos turísticos, la respuesta podría ser que, en principio, como fenómeno impulsado por una diferencia cultural respecto de los ámbitos urbanos, cabría pensar en la posibilidad de extensión a casi todas las zonas. No obstante, desde el momento en que no existe una homogeneidad cultural, de paisaje, de conservación del hábitat tradicional, las diferentes valoraciones que desde la demanda puedan hacerse de las características de

cada entorno introduce una jerarquía. Es posible, por lo tanto, hablar de una jerarquía territorial desde el punto de vista de la atracción turística, que genera un potencial desarrollo desigual. Hay que señalar, que en la formación de esta jerarquía no sólo intervienen las pautas de valoración que la potencial demanda pueda hacer de los distintos hábitats, sino que el conocimiento, los diferentes niveles que existen respecto a ellos, son elementos determinantes en su formación. No cabe duda que como desplazamiento el turismo implica un desconocimiento, lo que en cierto modo lleva a plantear que el viaje no sólo supone superar una distancia espacial sino informativa. El que la idoneidad, a priori, dependa en gran parte de elementos valorativos e informativos traslada, en gran medida, la responsabilidad de esta calificación al terreno de los propios agentes interesados en propiciar el desarrollo de los distintos espacios. La conclusión que puede extraerse es que, si bien existe una jerarquía determinada por los elementos paisajísticos, culturales, etc., ésta es modificable, en cuanto modificables son la valoración y la información que se tiene entre ellas. El resultado es que, como en la mayoría de bienes y servicios, se abre la competencia entre zonas, cuyo nivel e intensidad dependerá del volumen y evolución de la demanda, y de la presión que sobre la misma puedan realizar los oferentes, de los "productos" turísticos rurales o de otros.

Lo anterior nos conduce a entrar en el terreno de evaluar el mercado existente para estos productos, en definitiva del volumen de *demanda*. Que el turismo a nivel global no sólo es un fenómeno cuantitativamente muy importante sino en crecimiento, y que el turismo "doméstico" muestra una tendencia creciente, parece ser algo contrastado (D.G. Turismo, 1993 b). No obstante el elemento a evaluar es qué parte del mismo tiene como destino zonas de interior y, por lo tanto, cabe hablar de turismo rural. Según datos del Plan Integral de Desarrollo Turístico en Andalucía, Plan DIA, (D.G. Turismo, 1993 b) a nivel Europeo el turismo verde o de interior significaba en 1990 un 18% del total de viajes. La composición de la demanda en Andalucía y España sitúa al turismo rural/verde/interior en el 7%. Frente a esto el Sol y Playa representa el 35 y el 73% respectivamente. La conclusión es que este tipo de turismo mantiene todavía niveles bajos. No obstante, conviene realizar algunas matizaciones. Los datos de la demanda turística de España y Andalucía ponen de manifiesto

una génesis turística basada en el Sol y Playa, en la que ambos han mantenido una situación de liderazgo. La demanda internacional con destino España y Andalucía tiene básicamente una motivación de Sol y Playa y difícilmente es de esperar una modificación radical en la misma, aunque es previsible un incremento de los destinos no costeros.

Estos datos nos llevan a plantearnos qué posibilidades ofrece la demanda doméstica. Unos ciertos flujos hacia el interior ya se habían iniciado a raíz de los procesos de industrialización y el traslado masivo de mano de obra agrícola a los centros industriales y urbanos, que durante las vacaciones retornaban a sus lugares de origen (Bardón, 1989), lo que se ha dado en llamar "turismo de retorno". Pero no son éstas las posibilidades que se pretenden valorar, sino las del conjunto de los viajes. Que los desplazamientos turísticos en España son un fenómeno creciente es fácilmente apreciable en cuadro 2. Más de la mitad de la población ha realizado algún viaje, lo que supone un volumen muy importante de demanda. De ellos, aunque la costa es el destino principal, los destinos interiores representan un tercio del total, en el viaje principal, y casi el 40% en el secundario. En ambos casos prácticamente se ha mantenido su peso relativo dentro de un total que experimenta una tendencia creciente. En definitiva, parece que los datos nos apuntan a un crecimiento de la demanda rural o de interior. Asimismo, el crecimiento de los viajes cortos, campo en el que el turismo rural tiene mucho que decir, ha sido muy fuerte en los últimos años, incrementándose no sólo el número de personas sino también el de viajes (cuadro 3). Los datos no permiten ser concluyentes, pero sí parecen llevarnos a inferir que el turismo rural, aunque cuantitativamente importante y con carácter creciente, no genera un volumen de mercado suficiente para suponer la existencia de demanda para la mayoría de los espacios rurales.

Como conclusión, la existencia de una tendencia de extensión territorial de los flujos, pero sometida a un desarrollo desigual, en ningún momento puede llevar a pensar que actualmente, ni a corto plazo, llegue a abarcar la mayor parte del territorio.

### **¿Es abordable el desarrollo de las actividades turísticas desde el medio rural?**

Es evidente que el medio rural no es susceptible de un aprovechamiento turístico directo, sino que

**Cuadro 2**  
**EVOLUCION DEL TURISMO NACIONAL**  
**(Viajes principal y secundario)**  
(% sobre población mayor de 16 años)

	1977	1979	1982	1987	1992
Población que ha viajado	47	34	31	45	53
Destino viaje principal					
. Costa o litoral	-	48	39	52	54
. Rural o interior	-	31	33	34	35
. Otros	-	21	28	14	11
Destino viaje secundario					
. Costa o litoral	-	-	27	39	39
. Rural o interior	-	-	39	39	38
. Otros	-	-	34	22	23

Fuente: "Las vacaciones de los españoles". Secretaría General de Turismo.

**Cuadro 3**  
**EVOLUCION DEL TURISMO DE FIN DE SEMANA**  
**(Viajes distintos del principal y secundario)**  
(% sobre población mayor de 16 años)

	1982	1987	1992
Población que realiza otros viajes	20,0	40,0	41,2
Número de viajes:			
. 1 viaje	s.d.	73,3	61,2
. 2 viajes	s.d.	17,8	21,2
. 3 ó más viajes	s.d.	8,9	17,6

Fuente: "Las vacaciones de los españoles". Secretaría General de Turismo.

supone la necesidad de montar un entramado de actividades y de servicios, que permitan su utilización como bien turístico. Esta es la cuestión, en cuanto que el turismo es un factor exógeno, no sólo como fenómeno de recepción de visitantes, sino como actividad ajena a su cultura económica. No cabe duda que, en este sentido, puede decirse que el turismo se "implanta".

Parece claro que existe un interés y una motivación para buscar en el turismo la solución del conti-

nuo declive (Bradshaw et alia, 1985). Sin embargo, también es cierto que los habitantes del medio rural carecen de cultura turística, no son conscientes de que están ofreciendo un producto único e inconfundible que es su propio hábitat, por lo que o no reaccionan o lo hacen observando su entorno y adoptando miméticamente los que han sido los planteamientos del desarrollo turístico masivo o de costa. Al margen de esto hay que considerar que las propias debilidades de la estructura socioeconómica rural introducen múltiples problemas para generar

proyectos de desarrollo, turísticos y no turísticos (Granados, 1988).

Estamos planteando un cambio de una intensidad y profundidad muy fuerte. No es posible saber hasta qué punto está asumido, por lo tanto, que para impulsar el turismo ha de abordarse una reconversión de la magnitud de la que se ha hecho con otros sectores básicos, que ha supuesto una implicación financiera muy importante por parte del sector público. Este esfuerzo en este caso sería probablemente mayor por las características peculiares del sector a reconvertir, entre otras su dispersión y heterogeneidad de condiciones y circunstancias.

Lo cual nos conduce al problema del tiempo, en el sentido de que la pérdida de capacidad de su actividad básica, la agrícola, se está planteando a una velocidad mayor de la que cabe esperar de su adaptación turística. Existe, pues, la necesidad de un apoyo público, no solo para impulsar la transformación sino para asegurar la renta en el período de transición.

La conclusión es que se puede extender el turismo rural, pero no a todas partes ni con la misma intensidad. Además es un proceso muy a largo plazo, porque supone un cambio de gran dimensión para una sociedad en la que la agricultura pierde peso de forma acelerada.

### **La compatibilidad turismo y medio ambiente.**

Lo que cabe plantear es si es posible compatibilizar un desarrollo turístico de la intensidad necesaria para convertirlo en un elemento central del modo de producción rural con una preservación del medio ambiente. Hay que tener en cuenta que, además de las valoraciones estrictamente ambientales, la importancia de la conservación reside precisamente en el mantenimiento de la singularidad de este hábitat, elemento definitorio del producto que se ofrece.

En este sentido, resulta contradictorio, que siendo el paisaje, el hábitat, un valor fundamental en toda oferta turística, nos encontremos con que el turismo es hoy uno de los causantes más importantes de su depredación (Nogué, 1989). Esto no debe de llevar a cuestionar de forma absoluta la compatibilidad entre ambos, planteando una actitud conservacionista extrema. No sólo porque nos

olvidamos de la existencia de población a la cual no se puede reducir una situación de pensionistas vitalicios, situación que por otra parte cada vez resulta más difícil de asumir por un Estado con problemas financieros crecientes, sino también porque no es posible obviar que las actividades humanas siempre han tenido su impacto en el entorno, por lo que no cabe establecer de forma general la perversidad ambiental de las actividades económicas.

La cuestión se plantea porque se parte de una identidad entre medio natural y medio rural, lo que Nogué denomina "paisaje y paisaje natural" (Nogué, 1989), que nos es tal identidad. El paisaje, el medio, el espacio, al menos la inmensa mayoría, son el resultado de la acción del hombre sobre su entorno, por lo que en ningún caso se puede pensar que la conservación del medio ambiente deba suponer mantener intacta la actual situación. No tiene sentido adoptar una actitud radical que signifique un no permanente a cualquier cambio, cuando lo que pretendemos conservar es el resultado de una evolución, de una sucesión de cambios como consecuencia de la interacción del hombre con su entorno.

Un enfoque más adecuado del problema debe llevar a precisar la trascendencia de los impactos en términos de lo que podríamos considerar determinantes de la destrucción del medio. La desestructuración territorial, la destrucción de un paisaje, de un hábitat, que podríamos entender como eliminación de sus elementos esenciales definitorios, se produce cuando el impacto de un fenómeno/actividad, es tan intenso que difícilmente puede insertarse dentro de la malla territorial preexistente, produciendo una crisis, una disfunción. El problema no radica en la transformación del paisaje, sino en su carácter e intensidad. Por lo tanto conservar la autenticidad de un paisaje no consiste en mantenerlo intacto, fosilizado. Se trata de intentar conservar la especificidad y originalidad de sus elementos constituyentes sin cuestionar su carácter dinámico (Nogué, 1989).

Lo cual nos lleva como conclusión a que la compatibilidad es un problema de modelo, de la forma en la que el desarrollo turístico se plantee. Esta es la concepción que está detrás de lo que se ha dado en llamar ocupación "blanda" del territorio con fines turísticos.

### Potencial de generación de renta y actividad del turismo.

En principio, aunque nadie discute la capacidad multiplicadora del turismo, lo que puede matizarla es el carácter de ocupación blanda que antes se ha planteado como la idónea. Esto es así en cuanto que la valoración de su capacidad de impulsión se realiza desde los parámetros de lo que ha sido el desarrollo del modelo turístico de "Sol y Playa" en España, cuyos parámetros básicos son el desarrollo de la capacidad de alojamiento y el volumen de turistas. Resultado de lo cual se ha argumentado que una menor intensidad difícilmente puede generar un nivel de actividad suficiente para constituir realmente una alternativa en el mundo rural.

Amparándose en esta argumentación, pero también en el desconocimiento al que antes aludíamos, el incipiente desarrollo del turismo rural se ha orientado, con algunas variantes, por una adaptación mimética del modelo cuantitativo y receptivo (desarrollar la capacidad de alojamiento) del esquema "sol y playa". Se ha centrado en los elementos de alojamiento, primando la afluencia masiva y se ha entrado demasiado pronto, casi desde el principio, en la necesidad de crecimiento cuantitativo para mantener los niveles de actividad, sin apostar por el desarrollo cualitativo, generación de mayor valor añadido y desarrollo de actividades profesionalizadas, olvidando que, en general, pero muy especialmente en este tipo de producto, las concentraciones excesivas limitan las posibilidades de mercado (Keller, 1991).

Esta visión hasta cierto punto simplista, que parte de un planteamiento erróneo de lo que es el consumo turístico, lleva a no valorar suficientemente el potencial de generación de renta de toda esa malla de servicios. Efectivamente, el consumo turístico es consumo de actividades, por lo que el mercado turístico es un mercado de servicios. En las zonas turísticas, los visitantes, e incluso los residentes, no residen sino que se alojan, lo que conduce a que el argumento principal de orden espacial y uso social no es la vivienda, sino las actividades. La oferta complementaria se hace espacial y empresarialmente dominante, mientras que el alojamiento sería el uso secundario necesario para mantener las actividades de ocio (D.G. Turismo, 1993 b). De ahí se deduce que un esfuerzo de desarrollo turístico ha de enfocarse desde el conjunto del entramado de

servicios, más allá del alojamiento, única forma no sólo de generar actividad de forma significativa, sino de ser capaz de captar los flujos que lo permitían.

### III. BASES PARA MEJORAR LA POLÍTICA DE TURISMO RURAL.

La conclusión que puede extraerse del análisis anterior nos lleva, sin magnificar las posibilidades del turismo, asumiendo su lenta extensión y las dificultades de la misma, a entrar en el modelo y la política a desarrollar.

El turismo rural sólo puede contribuir al desarrollo de las zonas rurales, si se recorren caminos nuevos en la producción y puesta en el mercado de los servicios turísticos (Keller, 1991), distanciándose del modelo imperante hasta ahora.

Desde este enfoque podrían establecerse tres referentes básicos para el desarrollo del turismo rural, que en ningún caso constituyen una novedad teórica por cuanto están comúnmente aceptados, pero sí una exigencia práctica, en cuanto que no son realmente aplicados. A saber:

a) Asumir el *respeto al hábitat*, lo que implica que debe plantearse desde una enfoque no masivo, no agresivo, en el sentido expuesto con anterioridad. La sensibilidad ambiental de los operadores del sector no es muy grande, no parece que de hecho esté suficientemente difundida la convicción de que el turismo en espacio rural es el que mejor responde a la demanda ecológica, tan importante en la cultura contemporánea, y que exige que la oferta se adapte perfectamente al medio (Montemagno, 1991).

b) Que para que sea realmente una alternativa debe ser *capaz de generar un volumen de renta importante*, y que por lo tanto desde la premisa anterior, sólo es posible si la capacidad de generación de actividad por unidad turística es elevada. Esto únicamente puede hacerse desde un modelo en el se *amplíe el número de servicios vinculados a la visita*.

c) Que *no todos los espacios tienen la misma aptitud y que por lo tanto el desarrollo turístico no puede ser generalizado*. La mayoría de los espacios

tienen atractivos, ya que éstos se basan en su carácter tradicional. No obstante existe una jerarquía en función de la valoración que la demanda hace de los distintos elementos que caracterizan un espacio, y por lo tanto del espacio en si, a lo largo de la cual, o respetando la cual, se produce la extensión de los flujos turísticos.

Hay que tener muy presente que el modelo que se plantea, la llamada ocupación blanda, dispersa y no intensiva, tiene el problema de que es difícil de insertar en las corrientes organizadas. Lo reducido de la oferta que suele ofrecer cada empresa (sea un hotel, una casa, un camping, etc, un guía, etc.), dificulta su introducción en los mecanismos de organización de los flujos turísticos. Las organizaciones de viajes se enfrentan a la hora de trabajar con este tipo de unidades que han de realizar un esfuerzo demasiado grande para un margen de beneficio reducido (Hauser, 1991). Esto provoca una tendencia a generar ofertas grandes y concentradas que son las que en mayor medida se adaptan a las condiciones en las que se mueven los organizadores de viajes. Además la traslación de los modelos de competitividad imperantes en los otros tipos de turismo, la búsqueda de economías de escala, refuerza esta tendencia.

Mantener una competitividad desde una óptica global implica, dadas las especificidades del turismo rural, aceptar este carácter disperso y no intensivo, que genera por contra dificultades desde el punto de vista de los precios y de superar la distancia informativa de la potencial demanda. La única alternativa es abordar el desarrollo de los servicios desde una óptica de *integración de la oferta*, buscando generar economías de alcance, no sólo desde la óptica exclusiva de los precios, sino especialmente del coste de superar esa barrera informativa que impide acceder a la demanda.

Desde el punto de vista de la política de apoyo, este “nuevo” modelo tiene una serie de retos, a los que ha de enfrentarse si se quiere propiciar un desarrollo adecuado. Fundamentalmente estos serían:

- El *legislativo*, sin el cual no es posible asegurar el “mantenimiento del producto”, que la actual falta de coordinación y rigor está poniendo en peligro.

- Una *planificación* real del desarrollo, que establezca un orden y valore las verdaderas posibilidades. Lo cual supone un compromiso político y financiero importante.

- Asumir que el verdadero sentido y esfuerzo de la inversión pública, debe destinarse a no repetir los errores del modelo de sol y playa, asignando, por utilizar una terminología del campo de la informática, mayor relevancia a los aspectos “soft”, muy olvidados en favor de los “hard”.

- Avanzar más allá de las acciones exclusivamente dirigidas a incidir sobre la oferta, y ampliar el campo de actuación hacia donde está realmente el poder de desarrollo, en el mercado, la demanda.

Por último, es necesario aludir a que cuando se planteen actuaciones ( planes, programas, etc) sobre espacios concretos, ha de realizarse verdaderamente desde un concepción integral, proclamada de forma generalizada pero escasamente asumida. Este enfoque implica que cualquier diseño para propiciar, reconducir, ordenar, etc, el desarrollo turístico, debe tener en cuenta cuatro áreas-problema (Bradshaw et alia, 1985):

- La *debilidad de las organizaciones locales* en el medio rural para abordar problemas complejos, por lo que es necesario plantear un apoyo.

- Las *cualificaciones del empleo local normalmente no se adaptan a las necesidades*, por lo que es imprescindible adecuarlas.

- Las *infraestructuras y equipamientos suelen plantear serias deficiencias para adaptarse a una demanda turística*. Abordar este problema no solo significa incidir sobre aquellas que son básicas (agua, carreteras, etc), sino desde una óptica más general que abarque al conjunto de equipamientos.

- Los estilos de vida rurales son diferentes de los de la demanda, y ahí reside gran parte de su atractivo, sin embargo la interacción de ambos suele implicar amén de una presión para el cambio, fricciones que pueden dificultar el desarrollo del turismo, generando una resistencia que dé lugar a conflictos, que en nada beneficia el desarrollo de y para la comunidad local, que necesita el medio rural.

## **BIBLIOGRAFIA**

- BARDON FERNANDEZ, E (1989). "Consideraciones sobre el turismo rural en España y su medidas de desarrollo". Estudios Turísticos, nº 96.
- BERICAT ALASTUEY, E. (1994). "La teoría del vacío rural". Desarrollo Rural Andaluz a las Puertas del Siglo XXI. Consejería de Agricultura y Pesca. Sevilla.
- BRADSHAW, T., et Alia (1985), Tecnología, turismo y planificación rural. Agricultura y sociedad n. 36-37
- CONSEJERIA DE ECONOMIA (1991) "Plan Andaluz de Desarrollo Económico 1991-1994". Consejería de Economía y Hacienda. Junta de Andalucía. Sevilla.
- CONSEJERIA DE AGRICULTURA Y PESCA (1993) "Bases para un Plan de Desarrollo Rural Andaluz". Consejería de Agricultura y Pesca. Junta de Andalucía. Sevilla.
- D.G. TURISMO (1993). "Memoria-Inventario de actividades turísticas. D.G. Turismo. Junta de Andalucía. Sevilla.
- D.G. TURISMO (1993). "Plan de Desarrollo Integral del Turismo en Andalucía". Consejería de Economía y Hacienda. Sevilla.
- GOMEZ GARCIA, R. (1991) "La Política Agraria Común : reforma y nuevas propuestas. ESECA, "Informe Anual del Sector Agrario en Andalucía. 1990". UNICAJA. Málaga.
- GRANADOS CABEZA, V (1988). "Nuevas formas de turismo : el turismo rural en ANdalucía". Boletín Económico de Andalucía, nº 10.
- HAUSER, M (1991). "Evaluación del Turismo Rural en Austria, intento de aplicación de una idea de Marketing al caso del Tirol". Estudios Turísticos, nº 110.
- KELLER, P (1991). "Turismo rural, ¿esperanza o ilusión?. Una aportación vista desde la perspectiva suiza". Estudios Turísticos, nº 110.
- MONTEMAGNO, G (1991). "Turismo Rural y Agroturismo. El caso italiano". Estudios Turísticos, nº 110.
- NOGUE I FONT, J (1989). "Paisaje y Turismo". Estudios Turísticos, nº 103.
- POULIQUEN, Y (1993) "El Plan de Desarrollo Rural Andaluz : discusión de sus bases". ESECA, Informe anual del sector agrario en Andalucía, 1992. UNICAJA. Málaga.