

El turismo integrado. Repercusiones sociales en áreas rurales

M^a DOLORES PITARCH, ALMUDENA BUCIEGA ARÉVALO Y JAVIER ESPARCIA

Universitat de València

Resumen:

El turismo en espacios rurales desfavorecidos es, en muchas ocasiones, visto como la solución para los problemas que afectan a estos territorios y sociedades. Sin embargo, esta actividad, el turismo, no siempre supone beneficio, en todos los sentidos, para las sociedades locales, a no ser que las iniciativas a él vinculadas estén explícitamente integradas en las estructuras económicas, sociales, culturales y naturales de las localidades donde tienen lugar. En este caso, podemos hablar de turismo integrado, el cual es capaz de implicar a los distintos agentes sociales (intermediarios, empresarios, gestores de recursos, comunidades locales e instituciones) en sus diferentes dimensiones (económica, social, cultural y natural) y manifestaciones (recursos, actividades, servicios y productos). Existe, pues, una serie de puntos de integración que supone fundamentalmente la existencia de redes formales e informales, horizontales y verticales, a diferentes escalas, siempre basadas en la complementariedad de recursos y servicios y en el desarrollo endógeno del espacio rural. La aproximación metodológica al tema del turismo rural integrado que proponemos se basa en la denominada "economía de la cultura", que enfatiza la importancia de la identidad territorial y de las relaciones entre fuerzas internas y externas en el desarrollo rural. Este enfoque va más allá del enfoque tradicional de desarrollo endógeno vs. exógeno, teniendo en cuenta, para el caso del turismo, las motivaciones tanto de la demanda como de la oferta y los aspectos comportamentales para definir el contexto en el que tienen lugar los procesos de formación de la oferta turística de un territorio.

La presente comunicación aporta el marco teórico y el análisis, con la citada metodología, de los casos de dos áreas rurales con un diferente grado de desarrollo turístico y de estructura organizativa: Los Valles de Aitana (Alicante) y la comarca de L'Alta Ribagorça (Lleida). Particular interés adquiere el efecto sobre la sociedad local de este tipo de desarrollo basado en el turismo integrado. El análisis está basado en un amplio número de encuestas y entrevistas personales.

EL TURISMO INTEGRADO. REPERCUSIONES SOCIALES EN ÁREAS RURALES.¹²⁰

1. INTRODUCCIÓN

No hay un acuerdo generalizado entre los diferentes países, ni siquiera dentro de un mismo país sobre lo que se debe entender por turismo rural, ya que constituye un concepto muy amplio que admite múltiples variables. Aunque a primera vista se pueda entender como el conjunto de actividades turísticas que se desarrollan en el medio rural, la cuestión es algo más compleja.

Así, pueden encontrarse definiciones formuladas desde la perspectiva geográfica o territorial, desde la disciplina del marketing, desde el punto de vista de la oferta, etc., u otras más integradoras que tratan de cubrir en su amplitud la naturaleza y características de esta tipología turística. Una definición amplia sería considerar como turismo rural el conjunto de actividades turísticas que se realizan en el espacio rural.

La base del turismo rural es el medio rural en sentido amplio: los paisajes naturales, campos, montañas, ríos y valles, la arquitectura típica, la flora y la fauna, las formas de vida tradicionales, el folklore. Todo ello despierta el interés de personas que viven habitualmente en un medio urbano y que están dispuestos a gastar parte de su tiempo libre, y de su dinero, para disfrutarlo.

La contribución del turismo al desarrollo sostenible, integrado y endógeno de las áreas rurales ha sido ampliamente analizada en la bibliografía, en particular en el contexto de los procesos de desarrollo que se han llevado a cabo en estas áreas. El carácter integrado del turismo supone el respeto a la biodiversidad, la identidad cultural, la mejora de las rentas familiares y del nivel de vida de las comunidades locales, sin olvidar los principios productivos que guían toda actividad económica como es el turismo (Muñoz de Escalona, 1994). Algunos autores han señalado la capacidad del turismo para generar sinergias en los espacios rurales y los diferentes efectos que esta actividad puede generar en las esferas económica, social, cultural y medioambiental.

Sin embargo, estas sinergias no siempre se traducen en interrelaciones positivas, sino que existen algunas deficiencias en la relación entre turismo y medio rural (López Olivares, 1999). En aquellas áreas donde el turismo no es una actividad “intensiva”, dada la fragilidad del entorno rural, este no puede ser considerado como el motor de la economía local, pero puede integrarse con otro tipo de actividades y contribuir así al desarrollo local. De hecho, gestionar un territorio no es sólo ofrecer al turista una serie de servicios o apoyar acciones para el desarrollo del área, sino en lo que se refiere a integración, los diferentes productos turísticos que convergen en las áreas rurales deben ser considerados como “productos del territorio” (Vera y Marchena, 1998).

¹²⁰ Esta comunicación está basada en un proyecto de investigación financiado por la UE dentro del V Programa Marco (QLK5-CT-2000-01211 – SPRITE) y llevado a cabo por las siguientes instituciones: Universidades de Wales (Aberystwyth) (co-ordinadores), Caen, Patras, Ireland (Galway), Valencia, Lancaster and Coventry, together with the Institute of Landscape Ecology (Ceske Budejovice), CEMAGREF (Clermont Ferrand) y TEAGASC (Dublin).

No existe una definición mayoritariamente reconocida de “turismo integrado”. El término “integrado” no aparece muy a menudo en la literatura científica en castellano, sin embargo, su significado suele estar implícito cuando los analistas hablan de turismo como una de las claves para favorecer el desarrollo en áreas rurales, especialmente en aquellas regiones más desfavorecidas. Turismo sostenible y turismo integrado son términos que a menudo se utilizan como sinónimos, aunque no son exactamente lo mismo.

Desde un punto de vista económico y académico, el modelo de turismo rural integrado ha sido desarrollado para mejorar la comercialización de estas áreas. Así, Muñoz de Escalona (1994) define este turismo como un concepto innovador orientado a la planificación, gestión y comercialización del turismo rural. En este sentido, considera que las inversiones en turismo rural deben incluir algunas actividades que sean capaces de atraer visitantes: actividades culturales, deportivas, relajación, salud, etc. Teniendo en cuenta estas actividades, se diseña una infraestructura, es decir, alojamiento y restauración fundamentalmente, pero también zonas deportivas, museos, etc., que combinadas creen un producto turístico. A esta combinación de elementos es a lo que el autor llama integración.

Algunos autores han establecido las bases conceptuales para un modelo de turismo integrado en áreas rurales (López Olivares, 1999). Las principales consideraciones son las siguientes:

- establecer como principal resultado de la estrategia turística el incremento del beneficio social, económico y medioambiental mediante la consecución de una “cualificación productiva”,
- considerar el proceso de cualificación productiva como la diferencia entre las expectativas previas de los consumidores y la realidad percibida cuando consumen los productos turísticos,
- considerar la actividad turística dentro de un programa endógeno e integrado porque puede causar sinergias hacia otras actividades económicas,
- considerar el producto turístico como la suma de infraestructuras, servicios, empresas, tecnología y recursos humanos capaces de producir bienes tangibles o intangibles para el turista, y
- desarrollar programas turísticos capaces de coordinar las acciones de diferentes agencias y administraciones que tienen que ver con el turismo.

Los efectos negativos del turismo de masas han supuesto que algunos promotores turísticos tanto públicos como privados, orienten sus productos hacia la consecución de un modelo de desarrollo turístico sostenible (Antón y González, 1997). La sostenibilidad incluye la pequeña escala, la aceptación de la comunidad local, el respeto a la cultura local y los beneficios económicos. La sostenibilidad, en este sentido, queda incluida en el concepto de “turismo integrado”.

En la literatura internacional, el turismo se basa en esencia en “lo otro”, es decir en el contraste cultural y en el cambio respecto al día a día (Urry, 1990; Rojek y Urry, 1997), y, por tanto, un turista es aquella persona que voluntariamente visita un lugar diferente al de su residencia “con el propósito de experimentar un cambio” (Smith, 1989, p. 1). En el turismo rural este cambio viene definido por los valores que diferencian estos espacios de los urbanos.

En la actualidad, el turismo rural juega un papel importante en el nuevo concepto de ruralidad, lo cual tiene repercusiones directas e indirectas como cambios de mentalidades y costumbres, aparición de nuevas actividades económicas, nuevo concepto de desarrollo, etc.

El turismo es una expresión de la creciente importancia de las formas de producción y consumo inmateriales, lo que incluye la tan demandada "ruralidad" y los atributos que tiene asociados como la cercanía a la naturaleza, un entorno saludable, la cultura tradicional, la herencia y la autenticidad, aunque ninguno de estos elementos esté claramente definido. En definitiva, lo rural refleja un estilo de vida deseable por ser diferente, o al menos ser percibido como tal. El turismo, y en particular el turismo en áreas rurales, representa un proceso de consumo de productos y servicios que llevan aparejados una importante carga de valores reales, imaginados o fabricados. En este sentido, el turismo es más que una simple actividad económica y, por tanto, el grado en el que los turistas se involucran con la identidad de la región de destino es complejo y depende muchas veces más de la percepción, basada en símbolos y expectativas, que de la oferta material de la zona (Sharpley y Sharpley, 1997). Cualquier elemento que rompa esta imagen de ruralidad (urbanización excesiva, contaminación, incendios forestales, masificación, etc.), automáticamente hace que ese espacio pierda su atractivo turístico, el equilibrio entre la oferta y la demanda es la clave del éxito del turismo rural en la actualidad.

El concepto de turismo integrado propuesto aquí es una forma de entender el potencial del turismo para contribuir al desarrollo integrado de las regiones rurales más desfavorecidas. Turismo integrado es aquel que explícitamente está relacionado con la estructura económica, social, cultural, natural y humana de la localidad en la que tiene lugar. A efectos prácticos, es el turismo que tiene claras conexiones con los recursos locales, las actividades, los productos y los servicios locales, e incluye la participación de la comunidad local, es decir, de los residentes en el destino turístico.

En teoría, el turismo integrado tiene unos beneficios muy importantes:

- beneficios económicos directos, por ejemplo al estar integradas en las economías locales, las actividades turísticas tienen un gran potencial para incrementar el valor añadido de estas áreas mejorando el nivel de renta y creando empleo
- mejora de la experiencia vivida, por ejemplo el turismo integrado oferta a los consumidores un paquete de calidad con productos y servicios locales lo que redundará en una mejor experiencia para el turista y para la población local
- facilita la conservación, dado que mejora los incentivos para la restauración y recuperación de recursos tanto naturales como culturales
- contribuye al desarrollo ya que el turismo integrado contribuye a la consolidación de la pluriactividad y multifuncionalidad rural ya que da nuevas oportunidades para el desarrollo más allá de las simples compensaciones a la agricultura en declive. El turismo integrado permite que diversos actores económicos se beneficien del uso de los recursos locales, estimula respuestas locales positivas a las tendencias del mercado y facilita la explotación de la imaginaria rural y regional con beneficio para la población local

- origina sinergias ya que posibilita la coordinación de las políticas para el desarrollo rural y regional, además de promover las asociaciones para el desarrollo, con lo que ello significa de beneficios asociados a la participación ciudadana.

Las redes sociales, tanto horizontales como verticales, al igual de todo tipo de asociaciones para el desarrollo son una de las bases del turismo integrado ya que posibilitan la aparición de nuevas estructuras institucionales y nuevos tipos de empresas (Kneafsey, 2001).

En el contexto de la economía postfordista actual, el proceso de transmisión del conocimiento se revela clave para el éxito de los territorios. Éste se transmite a través de un complejo entramado de acciones y relaciones difícil de simplificar y que forma parte de lo que se conoce como “cultura local” (Malecki, 1995). Parte de la misma son las redes sociales que, en realidad, la sustentan, y, sin duda, facilitan la transmisión de información de todo tipo entre los agentes implicados. En el mundo rural, la transmisión de información a través de redes informales tiene mucha más importancia que cualquier otra vía (Ray, 1998). La identidad cultural local es consecuencia de una serie de fuerzas endógenas que relacionan a las personas, las innovaciones, los productos, las inversiones y el capital con el territorio. Todo ello se convierte en el motor de una forma de desarrollo basada en la vivencia del lugar (“*sense of place*”) y en la implicación de la población en el mismo, lo cual aumenta claramente su autoestima como miembros de una comunidad y mejora su capacidad de decisión.

El turismo rural tiene ciertas ventajas frente al turismo de masas para convertirse en sostenible: el primero es más bien de minorías que buscan de por sí una calidad de vida que no van a encontrar en la masificación de sol y playa. El desarrollo del turismo rural incide casi por igual en los ámbitos socioeconómico y sociocultural de animación de la vida local. Es más sostenible en el tipo de construcción, pues trata de conservar la arquitectura original; en el tipo de alimentación, basada en productos de la zona, potenciando la elaboración de platos típicos; implica la formación de los habitantes rurales bajo las concepciones de la sostenibilidad, dado que las características de este medio, desde el punto de vista de la cantidad de habitantes, lo convierten en más factible. Estas concepciones acerca de la sostenibilidad serán transmitidas a los visitantes, a partir de ese intercambio que surge entre turista y residente, por los deseos de los primeros de conocer las costumbres y hábitos de los pobladores locales.

La práctica turística tiene consecuencias directas en la definición y catalogación de los recursos de un lugar (Loscertales, 1999); los habitantes rurales adquieren conciencia de su propio patrimonio, especialmente al darse cuenta de que personas de fuera lo valoran y, de hecho, constituye un factor muy positivo para su conservación, lo que ofrece la posibilidad de continuidad de la actividad turística. Otro de los aspectos importantes es la incorporación dentro de la población activa de una mano de obra, compuesta por jóvenes, mujeres, incluso ancianos, que de no existir la actividad turística no se produciría. Se da también la redefinición de las relaciones sociales y laborales en el seno de la explotación agraria familiar, modificando el papel otorgado a la mujer (Loscertales, 1999). En el turismo rural se da ciertamente una relación íntima entre el turismo, el territorio y la sociedad.

Desde esta perspectiva, el desarrollo de la actividad turística es y será un importante factor que puede contribuir al incremento del nivel de vida al generar nuevas posibilidades de ingresos, siendo los residentes locales los que deben recibir del turismo beneficios suficiente-

mente satisfactorios para originar los cambios deseables. En la medida que los diferentes sectores de la comunidad se consideren implicados, se sentirán más motivados y responsables en sus papeles respectivos, sin olvidar que el turismo y las diferentes actividades vinculadas a él, no deben sustituir a las actividades agrícolas, sino darse de manera complementaria.

2. EL ENFOQUE DE LA “ECONOMÍA DE LA CULTURA”

El turismo integrado distingue aspectos relacionados con la demanda, es decir, aspectos existenciales, simbólicos, estéticos y motivacionales; y con la oferta de recursos y servicios, es decir, aspectos materiales, comerciales, instrumentales y de comportamiento. Esta combinación de aspectos económicos y culturales sustenta un nuevo enfoque para el estudio del turismo integrado: la “economía de la cultura”.

El concepto de “economía de la cultura” se construye sobre los siguientes elementos: los recursos basados en el territorio, las redes y asociaciones para el desarrollo, la localización del control económico y la revalorización del lugar basada en su identidad cultural. La participación y el compromiso entre los actores locales es un elemento de gran importancia en el discurso de la economía de la cultura, por lo que cualquier tipo de iniciativa económica debe tener como consecuencia el bienestar sociocultural de la comunidad local, sin olvidar los beneficios económicos, en buena parte controlados por dicha comunidad (Jenkins y Oliver, 2001).

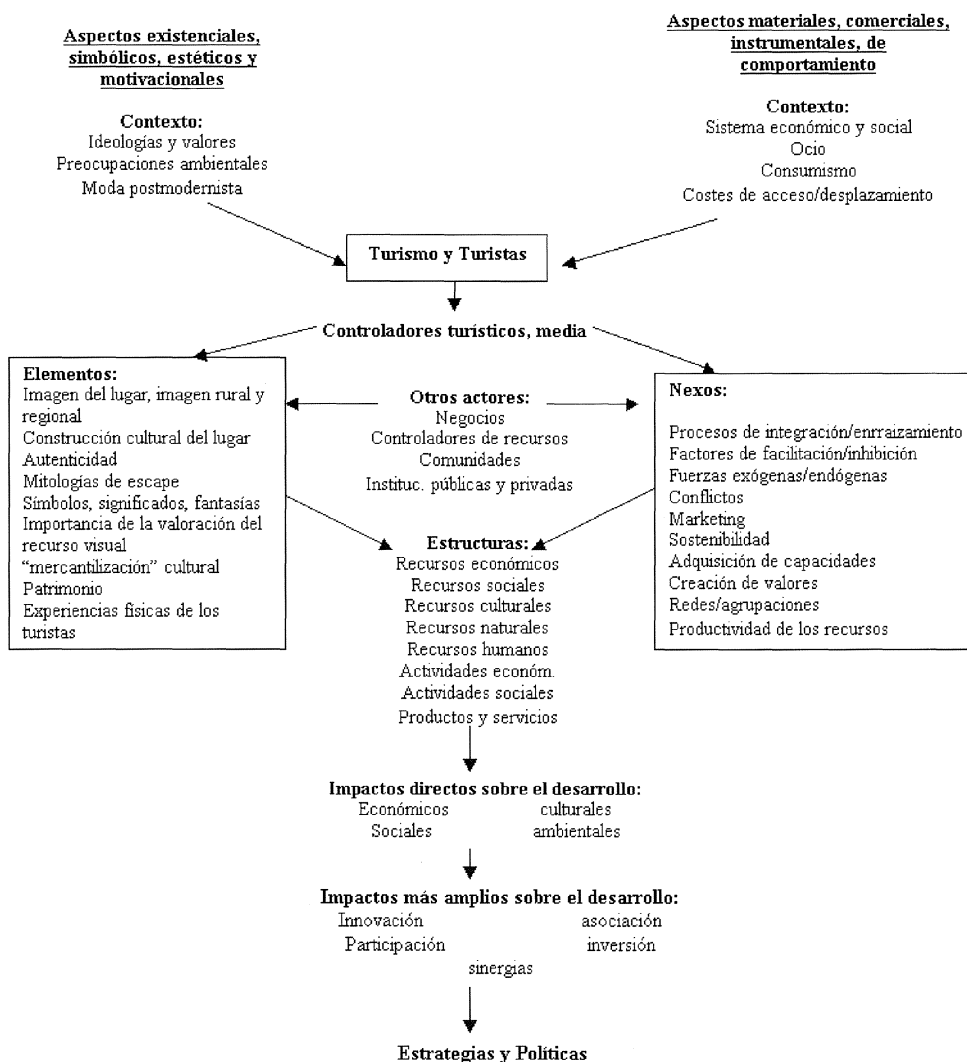
Una parte de este enfoque es la “venta”, algo más que una mera comercialización, del territorio, y, por tanto, de sus recursos. El conocimiento local aplicado a los recursos locales tiene como consecuencia la creación de productos con una gran carga de características intangibles, que puede incluso necesitar la concurrencia de instituciones reguladoras extralocales, como es el caso, por ejemplo, de las denominaciones de origen. La idealización del paisaje rural, en ocasiones como rechazo u oposición a la sociedad urbana e industrial, la reconstrucción de un entorno preindustrial, etc., facilitan que el cliente compre no sólo un producto, sino una idea o una cultura. Todo ello forma parte de la señalada “venta” del territorio, base del atractivo turístico de cualquier destino rural que lo diferencia de los demás. Sin embargo, este tipo de oferta basada en la cultura local, cuando no excede los límites de la realidad y se organiza a pequeña escala, con una inversión y gestión endógena y con el apoyo de la población, se convierte en la base para el desarrollo de un modelo de turismo integrado (fig. 1).

En este modelo turístico, cuyas consecuencias sobre el territorio nos permiten hablar de un turismo “blando”, uno de los protagonistas es la población local o comunidad rural ya que de una forma u otra, tanto si participa directamente de la actividad turística como si no hace, es la depositaria de la “cultura” que determina el beneficio económico, imprescindible para mejorar la calidad de vida y conseguir el necesario desarrollo local o regional.

En la figura 1 se pueden observar los diferentes elementos a considerar para el análisis del turismo en espacios rurales bajo la perspectiva de la economía de la cultura. Cabe destacar que tanto los aspectos materiales como existenciales definen el contexto en el que tiene lugar el turismo. Los segundos, como ideologías, modas y valores, etc., influyen

sobre las razones o motivaciones de la visita turística, mientras que los primeros, como capacidad económica y de consumo, costes, etc., influyen sobre los comportamientos de los turistas. Por lo tanto, las decisiones de los actores son consecuencia tanto de consideraciones de tipo existencial como material.

Figura 1
ELEMENTOS QUE CONFORMAN EL TURISMO RURAL INTEGRADO



Fuente: Jenkins, T. y Oliver, T. (2001): Integrated Tourism: a Conceptual Framework, Deliverable 1, SPRITE Project, Informe para la Comisión Europea, mimeo.

En este contexto, la comunidad local parece ser el agente pasivo, sin embargo, es, como se ha señalado, uno de los pilares que sustenta la oferta y, por tanto, es importante tener en cuenta diferentes factores como quién o quienes dominan las redes sociales, cómo se configuran las alianzas y resistencias ante determinados temas, quienes son los líderes, etc. Las personas que conforman la comunidad local no son sólo residentes en áreas rurales, sino que representan a agrupaciones y organizaciones de diverso tipo de las que forman parte.

3. ANÁLISIS DE DOS CASOS: L'ALTA RIBAGORÇA (LLEIDA) Y LOS VALLES DE AITANA (ALICANTE)

3.1. Metodología y objetivos

Los análisis de los diferentes modelos turísticos incluyen varios enfoques entre los que destaca por su interés para esta comunicación el basado en la comunidad local. Los turistas son vistos como intrusos en busca de la autenticidad, como peregrinos contemporáneos (MacCannell, 1989), y el turismo es considerado o bien una forma de explotación cultural (Lanquar, 1990) o bien el catalizador necesario para la restauración o mantenimiento de las tradiciones (Nuñez y Lett, 1989).

En la presente comunicación se analizan los casos de dos regiones españolas: L'Alta Ribagorça y los Valles de Aitana. La primera de ellas es una comarca del Pirineo leridano, una población de unos 3600 habitantes muy dispersa¹²¹ y una densidad de 10,7 hab./km². Sus principales recursos turísticos son el Parque Nacional de Aigüestortes – Estany de Sant Maurici, el único de Cataluña, la estación de esquí Boí-Taüll, y el conjunto histórico-monumental del Románico, parte del cual está declarado Patrimonio de la Humanidad por la UNESCO. Se trata de un destino turístico consolidado que experimentó su mayor crecimiento a finales de los 80 y principios de los 90. El Patronato de Turismo de la Vall de Boí y el Consell Comarcal apoyan e impulsan el turismo en la comarca desde hace más de diez años.

La segunda de las áreas de estudio es la que hemos denominado Valles de Aitana y que incluye 12 municipios de la Montaña de Alicante¹²², con un total de alrededor de 4.000 personas residentes y una densidad de 14 hab./km². Forma parte de la zona Leader- Aitana. Sus principales recursos turísticos son el paisaje y el clima. El número de turistas y visitantes a esta región está creciendo claramente en los últimos años. La mayor y mejor oferta de alojamientos y restauración, además de una mayor promoción de los recursos naturales y culturales de la zona y su estratégica localización cercana a la costa explican esta situación. De cualquier modo, se trata de un turismo todavía incipiente.

Para el análisis de la relación entre turismo y población se han realizado 60 entrevistas en profundidad con residentes en cada una de las áreas de estudio. Nuestro objeti-

¹²¹ Los municipios que forman esta comarca son Vilaller, Pont de Suert y Vall de Boí.

¹²² Los municipios incluidos en la región de los Valles de Aitana son: Alcalalí, Benigembla, Castell de Castells, Vall d'Alcala, Vall d'Ebo, Vall de Gallinera y Vall de Laguar.

vo incluye analizar las percepciones y actitudes de la comunidad local hacia el turismo integrado; valorar el proceso de toma de decisiones y la implicación de la comunidad local con el desarrollo turístico; realizar una valoración cualitativa de los beneficios del turismo integrado para las comunidades receptoras, evaluar los conflictos que pueden ser generados por el turismo integrado y constatar la extensión del control que sobre los recursos tiene la comunidad rural.

3.2. La población local y su percepción del turismo

La comunidad local juega un papel significativo y cada vez más reconocido en el desarrollo local, y hay un creciente interés político por el desarrollo de agrupaciones o “partenariados” de cooperación en las áreas rurales, manifestado en Iniciativas como Leader y la Agenda Local 21. Hasta dónde están involucradas e interesadas las comunidades locales en el turismo integrado es un elemento importante para entender el ambiente en el que este turismo se desarrolla, para evaluar sus impactos sociales, culturales y sobre los recursos, y para valorar su potencial de desarrollo.

Los resultados de las entrevistas nos señalan varios temas de interés. En primer lugar cabe decir que la población residente en estas áreas rurales tiene una visión diferente de lo que es el turismo rural como consecuencia de los diferentes contextos. Tanto si tienen una relación directa o no con la actividad turística, la población se siente afectada de manera positiva o negativa por la misma, y se señala de manera clara que pueden contribuir a su mejora. La indiferencia es nula o muy escasa. En ambas áreas de estudio la comunidad local es consciente de la importancia de los recursos turísticos que poseen la zona en términos de calidad y sostenibilidad, y también en ambas áreas la autoconfianza generada por el desarrollo turístico, es decir, el orgullo de pertenecer a un territorio valorado desde el exterior, es elevada, más sólida en el caso de L'Alta Ribagorça, debido quizá a su mayor tradición turística.

Las principales ventajas de vivir en la zona señaladas por los entrevistados de ambas áreas coinciden con las motivaciones que originan la llegada de visitantes a las mismas: la tranquilidad, un valor asociado al medio rural, el paisaje, el estilo de vida, muy relacionado con la tranquilidad, en oposición a la forma de vida urbana, etc. (tablas 1 y 2). Sin embargo, las desventajas parecen sólo “sufridas” por la población y apenas afectan a los turistas. Problemas que son comunes a la mayor parte de las áreas rurales desfavorecidas de Europa, como el aislamiento, la falta de servicios básicos y las pocas posibilidades de empleo, sobre todo para los jóvenes, son destacados como de difícil solución. El turismo integrado podría paliar una parte de dichos problemas.

Tabla 1

VENTAJAS Y DESVENTAJAS DE VIVIR EN L'ALTA RIBAGORÇA SEGÚN LOS ENTREVISTADOS

VENTAJAS	DESVENTAJAS
Tranquilidad (relajación y seguridad)	Falta de servicios (tiendas, ocio, transporte, telecomunicaciones, educación)
El entorno natural y el paisaje	Algunas actitudes de la gente (envidias, egoísmo, críticas...)
Haber nacido allí y estar acostumbrado a esto	Demasiada tranquilidad (falta de servicios de ocio y poca población, sobre todo en invierno)

VENTAJAS	DESVENTAJAS
El ambiente en los pueblos (trato familiar y personal)	Posibilidades de trabajo limitadas
Estilo de vida (cercanía a la naturaleza, relajación, trabajo, trato personal)	Aislamiento
Clima (fresco en verano y posibilidades de esquiar en invierno)	Clima (invierno duro)

Tabla 2
VENTAJAS Y DESVENTAJAS DE VIVIR EN LOS VALLES DE AITANA SEGÚN LOS ENTREVISTADOS

VENTAJAS	DESVENTAJAS
Tranquilidad y seguridad	Falta de servicios básicos en el municipio de residencia
Cercanía a la naturaleza	Falta de puestos de trabajo
Haber nacido allí	Falta de privacidad
El ambiente en los pueblos (trato familiar y personal)	Demasiada tranquilidad
El área (amplia) tiene todos los servicios aunque haya que desplazarse	Área aislada
Clima Mediterráneo	Actuaciones de algunos Ayuntamientos

La población local considera el turismo en general como algo positivo para el desarrollo de su territorio, destacando razones puramente económicas, como la generación de rentas, pero también sociales y existenciales, como el respeto a lo local, la valoración de la forma de vida de los destinos o la integración en la comunidad local por parte de los visitantes (tablas 3 y 4). Ello indica que no sería aceptada cualquier forma de generación de rentas, sino aquellas que no implicasen cambios sustanciales en el entorno, los valores, la cultura, etc. de estos municipios. A pesar de la declarada importancia del sector turístico, la población local mantiene sus lugares de exclusividad, como bares o fiestas poco o nada frecuentadas por los turistas.

Tabla 3
EXPERIENCIAS GENERADAS POR EL TURISMO ENTRE LA POBLACIÓN LOCAL DE L'ALTA RIBAGORÇA

Experiencias positivas	Experiencias negativas
<ul style="list-style-type: none"> • El turismo es la actividad más importante de la comarca • Los turistas en ocasiones aprecian más los recursos del área que la población residente • Son respetuosos y educados 	<ul style="list-style-type: none"> • No respetan el medio ambiente (contaminación de diverso tipo) • Saturación de comercios y servicios en temporada alta • Su presencia masiva dificulta la vida normal de los residentes

Tabla 4
EXPERIENCIAS GENERADAS POR EL TURISMO ENTRE LA POBLACIÓN LOCAL DE
LOS VALLES DE AITANA

Experiencias positivas	Experiencias negativas
<ul style="list-style-type: none"> • Revitaliza los pueblos • Trae dinero al área • Se integran con la comunidad local • Se interesan por las tradiciones locales 	<ul style="list-style-type: none"> • No se integran con la comunidad local • Especulan con el precio de las casas y del suelo • Contaminación, basuras • Degradación del medio ambiente

Dado el ya señalado sentimiento general de poder contribuir a la mejora del turismo en su región, los entrevistados en los Valles de Aitana señalan que lo que debe hacerse para atraer más turistas, hecho que consideran importante, es mejorar la promoción, poner en valor nuevos recursos y productos turísticos y ofertar nuevas actividades a los turistas. Sin embargo, en L'Alta Ribagorça aumentar el número de visitantes no es un problema, ya es excesivo en algunas épocas del año, y la importancia de los recursos existentes en la zona, en particular en la Vall de Boí es suficiente para atraer turistas sin demasiada promoción, por lo tanto, las acciones a tomar deberían estar orientadas a controlar su número y evitar la masificación con el fin de consolidar un turismo sostenible, es decir, que no suponga una amenaza para el medio ambiente como ha ocurrido en otras comarcas del Pirineo, como la Vall d'Aràn. La población es consciente del modelo turístico que no quiere en su comarca.

Tanto en L'Alta Ribagorça como en los Valles de Aitana, más de la mitad de los entrevistados poseen tierras o viviendas en la zona, como es común en las áreas rurales. Sin embargo, muy pocos dedican las tierras a algún fin turístico, un 4% de los entrevistados en L'Alta Ribagorça, y nadie en los Valles de Aitana. No ocurre lo mismo con las viviendas, pues el 45% de los entrevistados en la primera región y el 22% en la segunda dedican alguna vivienda de su propiedad al turismo. El mayor desarrollo turístico de la comarca pirenaica explica el elevado porcentaje de implicación con el turismo, aunque la mayor parte de esas viviendas se alquilan sin mayor compromiso con esta actividad y con el fin de sacar rentas complementarias.

En términos de satisfacción con el uso actual del suelo, en ambos casos más del 50% de los entrevistados declaran estar en contra del mismo. La urbanización para el turismo, bien para el alquiler o como segundas residencias, genera posiciones encontradas en ambas regiones, las cuales orientan sobre la posición que la población tiene ante un modelo turístico más o menos intensivo.

A pesar de los problemas, en L'Alta Ribagorça el 56% de los entrevistados creen que sin el turismo muchos pueblos de la comarca sufrirían un declive inevitable, mientras que el 30% piensan que desaparecerían. En los Valles de Aitana, el 50% de los entrevistados cree que sin turismo el área permanecería igual que ahora y sólo un 18% piensan que los pueblos desaparecerían. El mayor peso del turismo, es decir, la mayor dependencia del mismo, existente en la comarca de L'Alta Ribagorça hace temer a sus habitantes por el

futuro en caso de crisis de la actividad, sobre todo porque ésta ha sustituido a una parte de las actividades tradicionales como la ganadería extensiva, que hasta los años 80 era la principal fuente de ingresos de la comarca.

De la misma forma, en L'Alta Ribagorça más de la mitad de los entrevistados consideran que el turismo ha ayudado a recobrar tradiciones y fiestas locales, e incluso ha impulsado la organización de nuevos eventos, mientras que sólo menos de una tercera parte de los entrevistados piensan lo mismo en los Valles de Aitana.

En términos generales, la mayor parte de los entrevistados consideran que en su zona se da, por el momento, un turismo integrado y esto es positivo (95% en L'Alta Ribagorça y 78% en los Valles de Aitana). Sin embargo, les preocupa el futuro, fundamentalmente la protección de recursos que podrían perderse como yacimientos arqueológicos, fiestas y tradiciones, paisaje (por la amenaza de la urbanización), arquitectura tradicional, etc. Las personas de mayor edad se muestran particularmente preocupadas por la pérdida de estos recursos para las generaciones futuras. Casi todos coinciden en señalar que la administración, en particular los ayuntamientos, son los responsables de mantener estos recursos y llevar a cabo las acciones necesarias para que el turismo siga siendo integrado y no amenace la forma de vida de estas zonas rurales.

3.3. Cooperación y conflictos

Existen una serie de puntos de cooperación entre las sociedades locales y los promotores del turismo, al igual que una serie de temas en los que las posiciones encontradas de unos y otros pueden generar conflictos de diversa consideración. Según los residentes entrevistados en ambas áreas de estudio, y partiendo de la valoración positiva que, en general tiene el turismo en ambos territorios, los temas para la cooperación son muy variados, aunque algunos llevan implícito también el conflicto.

La organización de las fiestas locales, que en ocasiones, como ocurre en algunos municipios de los Valles de Aitana –fiestas patronales-, dependen de los turistas para asegurar su supervivencia, o como ocurre en L'Alta Ribagorça, para recuperar el esplendor de tiempos pasados –*les falles*-, es un punto de cooperación con resultados positivos para todas las partes. También es importante la cooperación en la organización de nuevos eventos de tipo cultural, lúdico y deportivo de tipo puntual (conciertos, jornadas gastronómicas, mercados artesanos, teatro, etc.), muy importantes en los municipios de L'Alta Ribagorça, e incluso en la creación de nuevas fiestas o de fiestas importadas de otros lugares como ocurre en algunos municipios de los Valls de Aitana donde ahora se ha recuperado la fiesta de la matanza o se ha añadido al calendario festivo la fiesta de moros y cristianos, antes inexistente. El coste derivado de la organización de estos eventos más o menos tradicionales dificulta su continuidad si sólo dependieran de la comunidad local. La implicación del turismo es fundamental, no sólo de promotores y gestores de empresas turísticas, a quienes interesa consolidar este tipo de actividad para atraer clientes, sino también de los propios turistas que en muchas ocasiones forman parte de las asociaciones encargadas de la organización de dichos eventos, sobre todo en el caso de los que tienen alguna vinculación personal con el área (segunda residencia, familia, etc.).

Sin embargo, a pesar de que la población no duda en señalar la importancia de los turistas para el mantenimiento de sus tradiciones, no se siente identificada con aquellos

eventos que, para adecuarse a los supuestos gustos de los visitantes, pierden su originalidad. Además se resisten a perder el control de la organización y disfrute de dichas tradiciones, insistiendo en que, a pesar de todo, si persisten es debido al interés de la población local. Una minoría recuerdan que el turismo busca siempre beneficio económico y, por tanto, si los empresarios colaboran para mantener las tradiciones locales debe ser porque les beneficia en este sentido.

La restauración y conservación de la arquitectura tradicional y de la estructura urbana rural es también señalada como una consecuencia de la cooperación entre turismo y comunidad local. El aspecto de los pueblos forma parte del atractivo turístico. La autenticidad, tan demandada por los turistas urbanos, debe cumplir unas expectativas y ello requiere el cuidado y mantenimiento de la herencia arquitectónica. Aunque el control de las actuaciones urbanísticas recae en los ayuntamientos, algunos turistas de segunda residencia y una gran parte de los propietarios de alojamientos turísticos toman iniciativas en este campo, rehabilitando y reconstruyendo casas según el estilo tradicional de la zona.

El conflicto aparece en el tema del uso del suelo muchas veces planteado como un enfrentamiento entre conservar y urbanizar. A este respecto, también surgen tensiones cuando el turismo sustituye a otras actividades, la ganadería en el caso de L'Alta Ribagorça, y la agricultura de secano en los Valles de Aitana. Además, existen en ambos casos posibilidades externas, en el sector de la construcción en las ciudades catalanas o en los servicios turísticos de la costa alicantina que ofrecen trabajo en condiciones adecuadas para los jóvenes de las áreas de estudio que abandonan la actividad familiar o la realizan a tiempo parcial. El abandono de la actividad supone muchas veces también el abandono del área, siendo este un tema de gran preocupación para la población entrevistada. La administración está, en ambas áreas, intentando introducir la agricultura y la ganadería ecológica, y otro tipo de medidas, con el fin de recobrar la rentabilidad de estas actividades y evitar su abandono, que, por otra parte, supondría graves perjuicios para el turismo, ya que ambas contribuyen al mantenimiento del paisaje propio de cada lugar.

A pesar de que existen numerosos campos para la cooperación, señalados por los entrevistados en ambas áreas de estudio, más del 50% de los mismos piensan que la comunidad local no colabora para mejorar o promover el turismo en el área de ninguna manera especial. El sentimiento general es que quienes colaboran son las asociaciones, ayuntamientos y otros grupos locales, aunque las iniciativas en este sentido son poco conocidas.

4. CONCLUSIONES

El enfoque de la "economía de la cultura" aporta una visión más completa del turismo rural integrado dado que permite considerar elementos intangibles difíciles de detectar, pero no por ello menos importantes para entender la realidad de algunos territorios rurales que han optado, o quieren optar, por un desarrollo turístico de este tipo. La interacción entre todos los agentes sociales, incluida la comunidad local, y la confluencia de las características físicas y culturales de un territorio configuran la base para la puesta en valor del mismo y, por tanto, para su desarrollo turístico.

El análisis de dos áreas rurales con un desarrollo turístico integrado, aunque en diferente fase del mismo, evidencia que existen muchos elementos comunes reflejados en la actitud de la población local ante el turismo. A pesar de diferencias particulares ante temas concretos, la comunidad local tiende a preferir un turismo respetuoso con la cultura local en sentido amplio, es decir, turistas de calidad a cambio de un entorno de calidad. El turismo integrado es el que mejor responde a sus expectativas, mayoritariamente conservacionistas aunque sin perder de vista el fin último del desarrollo: conseguir mejorar el bienestar de la población.

Este enfoque de conjunto permite realizar análisis de situaciones en áreas rurales que aporten ideas para la toma de decisiones tanto en el ámbito privado como público, introduciendo nuevos elementos a tener en cuenta en su mayoría relacionados con la “cultura del territorio”. En las zonas donde está empezando a desarrollar un modelo de turismo rural que tiende hacia la integración, es posible considerar estos elementos intangibles y llegar a determinados compromisos entre todos los agentes implicados tanto locales como extralocales, con el fin de definir las líneas maestras de la implantación y desarrollo de las actividades turísticas.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- ANTÓN, S., Y GONZÁLEZ, F. (1997): “Opciones del turismo para el desarrollo sostenible de los espacios rurales”, *Los turismos de interior. El retorno a la tradición viajera*, Madrid.
- IVARS BAIDAL, J.A. (2000): “Turismo y espacios rurales: conceptos, filosofías y realidades”, *Investigaciones Geográficas*, 23, p. 59- 88.
- JENKINS, T. Y OLIVER, T. (2001): *Integrated Tourism: a Conceptual Framework*, Deliverable 1, SPRITE Proyecto, Informe para la Comisión Europea, mimeo.
- KNEAFSEY, M. (2001): “Rural Cultural Economy: Tourism and Social Relations”, *Annals of Tourism Research*, 28, p. 762-783.
- LANQUAR, R. (1990): *Sociologie du Tourisme et des Voyages*. PUF, París.
- LÓPEZ OLIVARES, D. (1999): “Las tendencias de la demanda y las políticas turísticas integradas como instrumentos de revitalización de los espacios rurales españoles de interior”, *Boletín de la A.G.E.*, 28, p. 61-83.
- LOSCERTALES, B. (1999): “El turismo rural como forma de desarrollo sostenible. El caso de Aragón”. *Geographicalia*, 37, p.123-138.

- MACCANNELL, D. (1989): *The Tourist*, McMillan, Londres.
- MALECKI, E.J. (1995): "Culture as a mediator of global and local forces", en Van des Knaap, B. y Le Heron, R. (eds.), *Human resources and industrial spaces: a perspective on globalization and localization*, John Wiley and Sons, Chichester, p. 105-127.
- MUÑOZ DE ESCALONA, F. (1994): "Turismo rural integrado: una fórmula innovadora basada en un desarrollo científico", *Estudios turísticos*, p. 5-25.
- NUÑEZ, T. Y LETT, J. (1989): "Touristic Studies in Anthropological Perspective", en: Smith (ed.), *op.cit.*
- RAY, C. (1998): "Culture, Intellectual Property and Territorial Rural Development", *Sociología Ruralis*, 38, p. 3-20.
- ROJEK, C. AND URRY, J. (1997): *Touring Cultures: Transformations of Travel and Theory*, Routledge, Londres.
- SHARPLEY, R. AND SHARPLEY, J. (1997): *Rural Tourism: an Introduction.*, International Thomson Business, Londres.
- SMITH, V. L. (ed.) (1989): *Hosts and Guests: the Anthropology of Tourism*, University of Pennsylvania Press, Philadelphia.
- SOLSONA, J. (1999): *El turismo rural en la Comunidad Valenciana: Análisis y Planificación. Aplicación al Alto Mijares*, Sociedad Castellonense de Cultura, Castelló.
- URRY, J., (1990): *The Tourist Gaze*, Sage, Londres.
- VERA, J.F. Y MARCHENA, M. (1998): "Efectos del turismo en las estructuras regionales periféricas: una aproximación analítica", *Millars. Espai i Història*, XXI. Dossier coordinado por López Olivares, Universitat Jaume I, Castelló, p. 109-144.
- VERA, J.F. Y MARCHENA, M., (1990): "Turismo y desarrollo: un planteamiento actual", *Papers de Turisme*, 3, p. 59-84.