

# REFLEXIONES EN TORNO AL TURISMO RURAL DE MONTAÑA DESDE UNA PERSPECTIVA COMUNITARIA: LA ZONA DE MONTAÑA DE ALICANTE

María-Rosario Martí Marco  
Departamento de Geografía Humana  
Universidad de Alicante

## 1. Introducción

Cuando las explotaciones agrarias no aseguran la subsistencia, muchos agricultores buscan una actividad complementaria y cada vez más el turismo rural para así continuar ejerciendo su función de productores de alimentos y de "guardianes" del paisaje. A su vez, la política turística puede ofrecer importantes fuentes de ingresos a los agricultores y al conjunto de la sociedad rural, contribuyendo a la instauración de un mercado para los productos agrícolas tradicionales.

Durante 1990, proclamado Año Europeo del Turismo por la Comunidad Europea, surgieron numerosos debates en torno a tres ejes básicos de las zonas de montaña, y en especial, de la montaña mediterránea: la agricultura, el medio ambiente y el turismo. Prueba de ello es el informe del relator KLEJZINSKI<sup>1</sup> de la R.F. Alemana en la Asamblea Parlamentaria del Consejo de Europa. Hoy, la crisis de la agricultura apela a soluciones para defender su papel económico y ofrecer un desarrollo importante al mundo rural. Además, el papel múltiple de la agricultura contribuye a dar importancia a la protección del medio ambiente, a la preservación del patrimonio arquitectónico rural y a la salvaguarda de los bosques, pero corresponde a la sociedad y a los turistas financiar la conservación de estas riquezas.

---

<sup>1</sup> *Rapport sur le tourisme et l'agriculture*. Doc. n.º 6.270 de 27-8-1990.

En la Resolución de 13 de julio de 1990 sobre las medidas para proteger el medio ambiente contra los daños que podría ocasionar el turismo de masas, el Parlamento Europeo identificó varios problemas clave; y la Asamblea Parlamentaria del Consejo de Europa, por su parte, recomendó al Comité de Ministros invitar a los gobiernos de los Estados miembros a trabajar en un mejor conocimiento del turismo en todos los aspectos. Suscitar estudios e investigaciones a nivel universitario; promover un turismo de calidad como factor de progreso del individuo y de la economía —especialmente el turismo cultural—, con la posibilidad de que los visitantes dispongan de alojamientos a precios reducidos; aplicar políticas de empleo que no dañen a la agricultura y evaluar el impacto medioambiental y social de los equipamientos turísticos; impulsar un turismo rural y una agricultura multifuncional y duradera; así como especialidades alimentarias regionales y tradiciones culturales que constituyen elementos importantes del patrimonio cultural europeo, y finalmente elaborar un código de ética entre profesionales del turismo y trabajar en una educación del turista, con el objetivo de perfeccionar su sentido de la responsabilidad frente a lugares visitados y personas nativas. "Esta función de recreación periclitaría si los turistas no encontrasen más que campos abandonados o a la inversa "New York" en las montañas. En consecuencia, es preciso asegurar la supervivencia de la agricultura y de los bosques. Un campo con actividad agraria y el mantenimiento de su población son las condiciones necesarias para que una política turística tenga éxito. Este hecho ya fue reconocido por la Asamblea Parlamentaria del Consejo de Europa en su Resolución n.º 687 (1979) relativa a la ordenación del territorio europeo y al papel y la función de las regiones alpinas, y en la Recomendación n.º 1009 (1985) relativa al turismo y a la agricultura." (KLEJDZINSKI)

La agricultura no tiene solo una función económica. Cada vez más desempeña un papel ecológico de primer orden, por lo que invertir en turismo sin hacerlo en agricultura no puede más que revelarse a largo plazo como un error. La agricultura es indispensable en la montaña y no sólo para preservar la calidad del medio ambiente y la belleza de los parajes, protegiendo parte importante del patrimonio, sino como actividad económica principal y competitiva para el habitante, quien custodia y trabaja el soporte de la creación.

El Consejo de Europa en su 42 sesión ordinaria adoptó la Directiva n.º 455 (1990) relativa al turismo<sup>2</sup>, cuyo texto es el siguiente:

"1. La Asamblea pide a sus diferentes comisiones que permanezcan atentas al problema del turismo, para su promoción y control:

- i. Siguiendo la supervivencia de juegos tradicionales, tradiciones culinarias y otras costumbres locales.
- ii. Continuando en la insistencia para la promoción de lenguas regionales y minoritarias.
- iii. Promoviendo el desarrollo de itinerarios culturales europeos y como próxima etapa, invitando al Consejo nórdico a preparar un proyecto basado en la Liga Hanseática en el siglo XIV."

<sup>2</sup> Parliamentary Assembly of the Council of Europe. *Order N.º 455 (1990) on tourism*. Forty-second ordinary session.

Asimismo, se adoptó la Recomendación n.º 1133 (1990) relativa a las políticas europeas de turismo<sup>3</sup>; según la cual, el turismo crea empleos, genera ingresos, propicia inversiones y desarrollo regional y es una actividad compleja e intersectorial cuya importancia económica es todavía poco conocida y por tanto a menudo subestimada. Los aspectos culturales del turismo están siendo integrados cada vez más en las políticas turísticas. Esto es particularmente importante hoy, por la consiguiente contribución potencial a la mejora de la comprensión entre los pueblos.

En toda Europa, el turismo en zonas rurales se ha desarrollado enormemente durante los últimos años<sup>4</sup>. Pero es preciso considerar que las planificaciones turísticas, si se han concebido erróneamente pueden dilapidar los fundamentos físicos y culturales de las sociedades rurales, entre las que las regiones de montaña son susceptibles de sufrir un peligro particularmente elevado.

## 2. Génesis de la Iniciativa LEADER

En marzo de 1991, la Comisión de las Comunidades Europeas decidió formular legalmente la iniciativa demostrativa de desarrollo rural LEADER. Considerando que el principal autor del desarrollo económico y el primer responsable del progreso social y de la elevación cultural es el habitante de estas tierras, es a él a quien le compete participar en las opciones decisorias que corresponden a sus prestaciones sociales. Dicho principio es la columna vertebral del programa LEADER, que se sustantiva en el área de montaña que nos ocupa, La Zona de Montaña de Alicante (Comunidad Valenciana), en una mentalidad eficiente y tenaz y además encomiable, por cuanto refleja el afán y la necesidad de cambio de sus habitantes. Son los principales actores de la vida de la Montaña quienes están pidiendo a quienes les gobiernan que completen sus esfuerzos, que orienten sus decisiones y que coordinen sus individualidades.

La principal medida de reanimación del desarrollo rural es el Turismo Rural, vinculado implícitamente a la agricultura, es decir, que se pueda constituir en medio apodíctico de aprovechar mejor la actividad básica de las explotaciones agrarias, para lograr así mantener a la población sobre el terreno.

Con estas iniciativas consideradas en su mayor parte viables se pretende aportar un complemento económico a semejanza de conocidos y estudiados proyectos europeos. Una de las mejores versiones del alquiler de habitaciones por familias se da en Austria, en donde en cual-

<sup>3</sup> Parliamentary Assembly of the Council of Europe. *Recommendation 1133 (1990) on European Tourism policies* Forty-second ordinary session.

<sup>4</sup> Cfr. BERNFELD, D. (1988): *Campagne Européenne pour le monde rural. Projets de Demonstration*. Conseil de l'Europe, Strasbourg 330 págs. La publicación recoge mediante fichas sinópticas 144 proyectos realizados en Austria, Bélgica, Chipre, Dinamarca, Francia, Alemania, Grecia Italia, Luxemburgo, Holanda, Noruega, Portugal, Suecia, Suiza, Turquía, Reino Unido y Finlandia.

quier pueblo próximo a la carretera o en cualquier casa de campo más o menos aislada, se ofrecen "Zimmer" de agradable aspecto y pulcritud, pertinentemente habilitadas en el antiguo pajar o en la parte más fresca de la casa, adaptada. "En España, cabe constatar ciertos defectos; algunos de ellos derivados del especial nivel campesino, la infraestructura de las construcciones y las condiciones de habitabilidad actual de las mismas casas. También por snobismo o por inadecuada preparación, el turista exige del medio rural unos ambientes que aturden y de los que precisamente se pretende huir. Lo curioso es que el sentido de austeridad en la atención al turismo se guarda en cualquier país extranjero y el mismo público español lo acepta; sin embargo, la reciprocidad es muy otra."<sup>5</sup> Pensamos que el programa LEADER ofrece el marco adecuado para in-cardinar una respuesta categórica en este sentido.

Los diferentes Estados miembros de la C.E. ya han mostrado una preocupación constatable por la conservación de su patrimonio paisajístico natural y por el legado cultural del pasado. Precisamente en 1987, se diseñó el Primer Itinerario Cultural del Hábitat Rural "Arquitectura sin Fronteras"<sup>6</sup> por el Consejo de Europa que atraviesa las zonas intraeuropeas del Gran Ducado de Luxemburgo, la Lorena francesa, el sureste de Bélgica (Las Ardenas, Gaume y el distrito de Arlon) y la parte occidental de los Länder alemanes del Rineland-Palatinado y del Saar. El propósito de estas rutas de hábitat rural, a través de cuatro países, consiste en incentivar el conocimiento del valor del patrimonio que ha sobrevivido a pesar de las dos guerras mundiales. Un total de dos mil kilómetros, a través de los cuales, cada itinerario muestra un tipo específico de paisaje y arquitectura. Las áreas mencionadas pertenecieron en el siglo IX a la histórica región de la Lotaringia; en el siglo XVIII el nivel de mayor prosperidad se reflejó en la construcción de considerables edificios estilo "Trierer Haus" y de granjas estilo "Streuhoof". Existe un pequeño libro-guía bilingüe francés-alemán de 176 páginas que describe los lugares y puntos de interés y que contiene los mapas turísticos pertinentes y para cada una de las rutas se han introducido breves comentarios sobre los espacios naturales singulares y la arquitectura. El primer tour —las Ardenas— consta de 77 pueblos. Uno de ellos, Lellingen, es considerado pueblo piloto en virtud de sus 45 casas, todas restauradas.

Todos reconocen actualmente que el turismo no es la "panacea" ya que se necesitan grandes inversiones en proyectos cualificados para llevar gente a la montaña. Y para hacer turismo rural se precisan empresarios, agentes dinámicos preparados técnica y culturalmente y una estrategia comercial que haga publicidad de lo que existe realmente.

Nos consta el esfuerzo que están realizando las diversas instancias que tienen la misión de promover las Zonas de Montaña y pensamos que la experiencia de años aconseja la máxima restricción a la edificación aislada de viviendas, intentando su canalización hacia los pueblos y la nada fácil regulación de cuestiones como formas, colores, texturas, composición y tipologías. En este

<sup>5</sup> BALCELLS, E. Apuntes del Curso de Doctorado *El desarrollo integral de las Comunidades Montañas*, impartido durante el curso académico de 1989-90. Instituto Pirenaico de Ecología, Jaca.

<sup>6</sup> Association International RURALITÉ-ENVIRONNEMENT-DEVELOPPEMENT (RED) *Architecture sans Frontières. Patrimoine Rural*. 1re. édition, 1987, 176 págs.

Esta Asociación de derecho belga creada en 1980 cuenta con miembros de catorce países de Europa. Desde 1986 está dotada del estatuto de órgano consultivo del Consejo de Europa.

sentido resulta tan difícil establecer una buena normativa como conseguir su cumplimiento y control. De todas formas, no es una cuestión irresoluble.

El turismo rural es un objetivo logrado en numerosas áreas de montaña debido a la previa configuración de planes de desarrollo del turismo, que sobre un sustrato filosófico firme, apuntan al progreso del bienestar del turista y de su perfeccionamiento tanto físico a través del contacto con la naturaleza y el deporte, como intelectual a través del enriquecimiento cultural. El diseño de los planes es, pues, el primer paso en la vertebración del turismo rural. No es preciso concretar que la calidad en la oferta y la formación auténticamente profesional de quienes lo gestionan se han erigido en los dos pilares de esta faceta de la economía que en nuestro país, como en el resto de los países comunitarios, está en auge. El incremento del número de visitantes al medio rural en los recientes años está reforzando considerablemente el papel económico del patrimonio rural y especialmente del Patrimonio de Montaña.

El patrimonio de montaña suele ser el gran desconocido. Muchas veces porque secularmente las escasas o inadecuadas infraestructuras han sido un obstáculo a su accesibilidad o cuando éstas se han habilitado, no se han contemplado las condiciones para la implementación de la difusión patrimonial, que al fin y al cabo redundaría en el perfeccionamiento del ser humano.

De ordinario, el turista no se satisface con el descubrimiento de temas reservados a los académicos, biólogos, prehistoriadores o etnólogos. Los productos culturales y especialmente los de montaña "tienen una afinidad con el mundo de los sueños, evocando memorias y fantasías"<sup>7</sup> y es de radical importancia para el éxito de un plan de turismo rural llenar las expectativas del consumidor. Según diversos estudios realizados en Francia, 2/3 de los turistas buscarían conocer el pasado histórico, la historia en general de esa comarca precisa, pero no la historia singular y concreta del lugar. El tercio restante buscaría el placer y las reacciones emocionales derivadas de admirar objetos y técnicas pertenecientes a trabajos del pasado. Generalmente el turista que acude al medio rural busca ambientes auténticos, no edificios modernos, ni urbanizaciones que responden a una tipología de litoral. Prefiere la austeridad propia del medio y busca el máximo contacto con la naturaleza, los deportes al aire libre y el conocimiento de actividades tradicionales. De ahí, la radicalidad de enunciar el desarrollo de los planes de turismo desde la óptica de la conservación del patrimonio.

El paso previo para iniciar el programa de desarrollo rural LEADER de la Montaña de Alicante ha sido la confección de un inventario de lugares de interés por municipios. Los puntos de anclaje del inventario han sido para el turismo rural los recursos medioambientales, los recursos histórico-culturales, los recursos recreativos y la existencia de empresas típicas; y para los productos agrícolas y artesanales, su determinación en calidad y las actividades típicas en vías de desaparición<sup>8</sup>.

<sup>7</sup> COLLIGNON, P.; BRENGUIER, C. (1990): *European cultural itinerary: Architecture without frontiers (rural habitat)*. Partnership and telematic activation. Council of Europe. Strasbourg, 102 págs.

Esta publicación compendia un interesante estudio sobre el tipo de clientela que acude a las áreas rurales en Europa por países (inclusive España) y sus expectativas.

<sup>8</sup> La investigación llevada a cabo durante tres años ha dado lugar a la Tesis Doctoral "Estrategias de desarrollo para la Zona de Montaña de la Comunidad Valenciana (Alicante)", dirigida por el Catedrático de Análisis Geográfico Regional D. Antonio Gil Olcina y recientemente defendida.

En este contexto, enunciarnos tres criterios de intervención que consideramos vitales: cualificar y adaptar la oferta, desarrollar los servicios de la zona y fomentar la demanda. Criterios con los que se han definido una serie de intervenciones integradas, como son las actividades de formación y reciclaje, las actividades de asistencia técnica a operadores, la realización de itinerarios y la necesidad de potenciar las marcas de los productos agrarios y artesanales de calidad.

En apoyo de las rutas turísticas que se han diseñado, en base al inventario antes mencionado, se han realizado una serie de planes sectoriales<sup>9</sup> complementarios que responden al objetivo común del modelo turístico propuesto.

CUADRO 1

PLANES SECTORIALES	
1. Rehabilitación como oferta turística:	
— albergues	
— fondas, hostales y pensiones	
— campings	
— hoteles	
— refugios	
— alquiler de viviendas para oferta turística	
— revitalización de masías	
2. Campañas municipales de renovación de fachadas y cubiertas y modernización de las infraestructuras	
3. Centro de formación en hostelería. Formación reglada y de reciclaje en Muro de Alcoy	
4. Escuela-taller en Cocentaina	
5. Centro de Reserva de plazas en Guadalest	
6. Creación de Oficinas de Información en Torremanzanas, Rellev, Guadalest, Cocentaina, Alcalalí y Vall de Gallinera	
7. Creación de un Museo de Arquitectura Rural en el despoblado morisco de l'Atzuvieta de Vall de Alcalá	
8. Recuperación del Jardín Botánico de Penáguila	
9. Renovación del Vivero Forestal "Moli Mató" en Agres	
10. Acondicionamiento de parajes, creación de áreas recreativas de montaña y de aulas de la naturaleza	
11. Ordenación de zonas de práctica de deportes de aventura y aire libre	
12. Uso recreativo de los embalses	
13. Creación y señalización de una red de senderos tomando como base el entramado de los históricos caminos de montaña y vías pecuarias.	
14. Recuperar la actividad de aguas termales en Benimarfull y Agres	
15. Señalizar los puntos significativos de las rutas diseñadas.	

<sup>9</sup> Planes que se detallan especialmente es el *Proyecto para la aplicación del Plan LEADER*, realizado por M.<sup>a</sup> Rosario MARTÍ MARCO en el Consulting IVER, Ingenieros (1993-94) para el Centro de Desarrollo Rural La Montaña de Alicante.

### 3. Conclusiones

Para lograr un turismo de calidad se precisa paliar la enfermedad radical de las políticas turísticas, tonificando la precaria formación de los activos en un período de cambios tecnológicos rápidos y fomentando los programas de especialización y reciclaje. Para ello, se precisa una formación continuada, mantenida de distintos modos con actividades organizadas, con la asistencia activa a ferias y congresos. Son medios que llevan a concebir una clientela a la que realmente se atiende.

El turismo es economía pero también es cultura y en cada momento, la actuación de los que en él trabajan podría responder a este enunciado. Porque cada vez más el turista utiliza los resortes intelectuales en la elección del ocio, pide una relación precio-calidad, quiere descubrir antes las ventajas de la oferta, precisa un mayor contenido informativo y valora las expresiones de la historia, del sentido de la vida y de la forma de vivir, la gastronomía y todas las peculiaridades de los habitantes y del espacio que visita.

El turismo de montaña es cultura y es difícil estar en él desde la incultura, tal es el reto que se plantea la Montaña de Alicante. Presentar una imagen confortable, grata y atractiva que responda a criterios de genuina realidad es una labor inteligente. Por todo ello, es indispensable que la Zona de Montaña se especialice en calidad, anteponiendo la formación profesional y la rehabilitación y cuidados continuos del patrimonio natural y cultural como soportes sobre los que desarrollar el Plan de Turismo Rural.