

Reflexiones sobre las dinámicas recientes en turismo rural

Hernan Canos Beltrán
Universitat Jaume I

Desde la óptica del investigador preocupado por el sector turístico, se observa como desde hace unos años, el termino Turismo Rural¹ está presente en cualquier actividad pública o privada, económica o social, cultural o política que trate sobre el mundo rural. El TR es considerado como la gallina de los huevos de oro, como la panacea para todos los males que aquejan a estos ámbitos rurales. Observamos como muchos políticos, sea cual sea su filiación ideológica, se convierten de repente en abanderados medioambientales y en los principales defensores del patrimonio natural, cultural y monumental de nuestras comarcas rurales. Todas estas declaraciones, generalmente aderezadas con palabras técnicas (ecodesarrollo, potencialidades endógenas, desarrollo integral, impacto ambiental etc.) y obviamente inmersas en actos electoralistas, pronto se concretizan en una serie de actuaciones, tan curiosas como contradictorias, que obligan a plantearnos unos mínimos interrogantes:

- ¿Interesa verdaderamente a los gestores públicos y privados el desarrollo del medio rural?
- ¿Conocen con suficiente profundidad los problemas reales del mundo rural y los medios racionales disponibles para su solución?
- ¿Es el Turismo un instrumento adecuado para conseguir un verdadero desarrollo de las zonas rurales?

Por lo que respecta a la primera cuestión creemos que, al menos las administraciones de base, las más cercanas al medio rural (ayuntamientos y mancomunidades) y la iniciativa privada local, la formada por la misma gente de los pueblos, sí que está decidida a comprometerse en el desarrollo rural porque, entre otras cosas, peligra su propia existencia. Más complicada sería la tarea de determinar la verdadera concienciación de las administraciones superiores y del empresariado externo al propio medio, quienes generalmente son bastante escépticos, o incluso incrédulos, respecto al TR y solo lo contemplan como un complemento circunstancial al que para ellos es el “verdadero” turismo, al

¹ Emplearemos este termino ya que, aun siendo conscientes de su ambigüedad y de la variedad de tipologías y que bajo él se amparan, actualmente es el más conocido y utilizado.

turismo de la costa, al del “sol y playa”, y por consiguiente solo ven en él una forma de diversificar y completar sus paquetes turísticos y aumentar sus propios ingresos, pero sin creerse verdaderamente sus potencialidades y su papel dinamizador de la sociedad rural².

La respuesta a la segunda cuestión requeriría un tratamiento más complejo, ya que estimamos que existe un gran desconocimiento tanto de la naturaleza y alcance de los problemas del mundo rural, como de la metodología y las estrategias necesarias para abordar su revitalización (Valcarcel-Resalt, 1992). Nos encontramos así con una serie de despropósitos y contradicciones que solo revelan actuaciones precipitadas, poco meditadas y faltas de coordinación.³

La tercera cuestión vendría determinada por las dos reflexiones anteriores. ¿Es el turismo, pese a todo, un instrumento adecuado para conseguir el desarrollo rural? Sí, y rotundamente sí pero siempre que cumpla una serie de requisitos ineludibles (Bote, 1988):

- Haga compatible la conservación de la naturaleza y el desarrollo de las potencialidades turísticas mediante un uso consciente de los activos existentes, tanto naturales, como sociales, económicos, arquitectónicos, artístico-culturales o financieros, y evite consiguientemente cualquier derroche innecesario.
- Contemple actuaciones coordinadas a nivel municipal o comarcal, no concentradas localmente, de pequeña escala, adaptadas al medio natural y humano, y con marcada autenticidad.
- Fomente las relaciones sociales y de solidaridad entre el medio urbano y el medio rural.
- Que consiga que la organización y la gestión de las actividades turísticas corran a cargo de la población rural autóctona.

No obstante, esto no basta ya que al mismo tiempo debe ir acompañado de una serie de medidas complementarias que refuercen y completen su actuación. El TR tratado de forma aislada y exclusiva está condenado al fracaso (Vera, y Marchena, 1990). Es irresponsable encomendar las comunidades rurales a un "monocultivo económico" elevadamente arriesgado como es el turismo actual, caracterizado por los continuos cambios en las motivaciones de la demanda (Taylor, 1990).

Hay que considerar el TR como un instrumento importante, e incluso en algunas ocasiones como un auténtico motor de arranque de otras actividades social, económica o culturalmente fundamentales como son la agricultura, la

² Ultimamente se observa la peligrosa tendencia de considerar el TR solo bajo la óptica de la “rentabilidad política”: es más importante la construcción de un bonito hotel rural que promocioe una area concreta (y a sus gobernantes) que la dinamización socio-económica del territorio.

³ Logicamente a los gestores publicos de instancias municipales, no se les puede exigir un saber enciclopédico sobre planificación y gestión territorial, pero sí una mayor racionalidad y coherencia en sus actuaciones, así como una mayor confianza en el personal técnico dedicado al analisis del medio rural.

ganadería, la silvicultura, la construcción o la artesanía, pero nunca como una actividad exclusiva y autosuficiente.

A continuación analizaremos una serie de casos centrados en las comarcas naturales de “Els Ports de Morella” y “La Tinença de Benifassà” que ejemplifican claramente la confusión y el desconcierto que envuelve actualmente a este tipo de turismo. Nos estamos refiriendo aquí a dos comarcas claramente desfavorecidas situadas en el extremo noroccidental de la provincia de Castellón, caracterizadas por un notable y progresivo despoblamiento, por una economía tradicional agraria de secano, por un evidente aislamiento de los actuales ejes económicos, pero con unas potencialidades turísticas evidentes en función de sus recursos naturales, histórico-artísticos y culturales.

Falta de identificación territorial (espacial y sociocultural)

A la hora de dar a conocer esta área turística nos encontramos varias entidades que utilizan marcas y logotipos diferentes que denotan claras contradicciones territoriales, tanto de índole espacial como socio-cultural, que reflejan una escasa planificación estratégica y que inciden negativamente en la promoción y publicitación de los productos turísticos⁴.

Marca "Maestrazgo"

Es utilizada por la “Mancomunidad Turística del Maestrazgo”, la cual si en los tiempos de su fundación, allá por 1974, significó una grata y pionera novedad en el panorama de la promoción turística en las tierras castellonenses y turolenses, hoy en día, al margen de los problemas de su legalidad⁵, se enfrenta a una gran indefinición de sus objetivos y de su ámbito de actuación⁶. Sirva como ejemplo su propia denominación (abarca municipios que nunca tuvieron ningún tipo de relación con el Maestrazgo de Montesa) así como su escaso rigor a la hora de definir marcas identificativas (utiliza la marca paraguas "Maestrazgo", pero también la marca “Ports”, aunque solo para referirse a una zona concreta del municipio de Herbés).

Marcas “Costa de Azahar ” y “Castellón interior”

Promocionada por el “Patronato Provincial de Turismo” dependiente de la Diputación de Castellón.

⁴ A este respecto es interesante el artículo “La promoción turística” de Carles Ripollés publicado en el monográfico dedicado al turismo de la revista comarcal *Au!*, 33: 7-12.

⁵ Una ley valenciana impide la creación de mancomunidades interprovinciales.

⁶ Realiza la promoción de todos los municipios del antiguo partido judicial de Morella por encargo de la “Mancomunitat dels Ports”.

Marcas “Mediterrània-Ports” y “Mediterrània-Tinença”

Empleada por la Agencia Valenciana de Turismo, heredera del anterior Institut Turístic Valencià (ITVA), mantiene la marca paraguas “MEDITERRÀNIA”, acompañada por los distintivos “PORTS” y “TINENÇA DE BENIFASSÀ”.

Todo este panorama se complica aun más si tenemos en cuenta que la “Associació d’empresaris turístics de Morella i Comarca” (ASETMICO) en sus diversas publicaciones utiliza indistintamente tanto la marca “Ports”, como la de “Costa de Azahar”, indefinición que también observamos en los empresarios turísticos a nivel particular y en los ayuntamientos, los cuales pese a emplear generalmente el nombre de su municipio, también suelen utilizar cualquiera de las denominaciones anteriores. Toda esta diversidad conduce, además de a una gran descoordinación y confusión en el turista, a un enorme despilfarro de recursos económicos y de iniciativas.

Diseño y materialización de infraestructuras

Pese a que se podría hablar bastante del trazado de la nueva carretera nacional N-232, Vinaroz-Logroño, o de las actuaciones llevadas a cabo en la carretera que enlaza el núcleo despoblado rural de La Llécua con Morella, nos centraremos aquí sobre todo en la remodelación de la carretera comarcal CS-V-3005, Morella-Vallibona.

Se trata de una típica carretera de montaña que discurre paralela a un sendero de gran recorrido (GR 7), por un entorno maravilloso, considerado como uno de los más importantes espacios naturales de la zona y que se verá enormemente alterado con el nuevo trazado, para el cual según nos informaban algunos guardas forestales, no se había llevado a cabo ningún tipo de estudio para evaluar su posible impacto ambiental.

¿Es consciente la administración competente de que el verdadero encanto de Vallibona reside en su carácter de paraíso natural recóndito y agreste?. No nos oponemos al derecho de los vecinos a disfrutar de un buena conectividad, pero creemos que ésta también se puede conseguir mediante actuaciones concretas (deshdables puntuales, mejora del firme y de la señalización, vallas laterales etc.), que no dañen tan irremisiblemente el entorno natural y que preserven la capacidad de carga de la zona.

Otro claro ejemplo de falta de visión es el de la electrificación de La Pobleta de Sant Miquel (Vilafranca). Estamos hablando de un núcleo medieval compuesto por su puente, su torre, su iglesia, su albergue y su caserío correspondiente, considerado hasta hace muy poco como una auténtica joya patrimonial, hasta el punto de haber sido elegido como escenario natural para algunas filmaciones cinematográficas de carácter histórico, entre ellas “Tramontana”, en la cual se narra la conquista cristiana de estos territorios por

parte de las huestes del rey Jaume I. El pasado año se procedió a la instalación del tendido eléctrico y, ante el costoso proceder que suponía el enterramiento de la línea, tal como estaba prescrito, se optó por la solución más cómoda de clavetear el cableado en las paredes, con lo cual el atentado estético cometido destruye completamente su apreciado carácter medieval así como su peculiar encanto para el eventual rodaje posterior de películas.

La ubicación de los vertederos, controlados e incontrolados, también supone una importante asignatura pendiente para la mayor parte de los municipios que pretenden potenciar su turismo. El caso de algunos vertederos, como los de Morella, El Forcall o La Pobla de Benifassà, por su carácter “controlado” merecen una mayor atención crítica. Creemos que cuanto menos cabría calificar de paradójica una política turística que contempla el mantenimiento de vertederos en las más interesantes panorámicas visuales de los respectivos municipios.

De lo expuesto anteriormente puede desprenderse una visión un tanto pesimista respecto a la función del turismo en la revitalización del mundo rural, sin embargo nuestra intención y nuestros deseos son precisamente los contrarios. Creemos firmemente en un TR enfocado, ordenado y gestionado coherentemente⁷, al tiempo que consideramos que toda actuación turística debe ir precedida de una lógica tarea planificadora (López, 1993) que contemple:

- La identificación, inventario, clasificación, valoración y diagnóstico tanto de la oferta (recursos y empresas turísticas, empresas relacionadas sinérgicamente con el turismo, infraestructuras, equipamientos, activos sociales y económicos etc.), como de la demanda concreta existente.
- Diseño y evaluación de estrategias concretas de desarrollo.
- Ejecución, seguimiento y control de estas estrategias mediante programas y subprogramas específicos.

Precisamente porque creemos en el TR, criticamos, siempre bajo una óptica constructiva, todas aquellas actuaciones que pueden desvirtuar su gran potencial endógeno.

Estamos acostumbrados a las quejas de los gestores públicos y privados sobre la escasez de subvenciones y la falta de capitales disponibles para promocionar el TR pero, sin negar la lógica importancia de las disponibilidades económicas, creemos que se pueden y se deben llevar a cabo muchísimas actuaciones que no requieren de grandes capitales, sino de adecuadas dosis de planificación, imaginación, responsabilidad y sentido común tanto en el momento de su diseño como en el de su materialización efectiva. Estamos convencidos de que estas zonas desfavorecidas, difícilmente pueden salir de su situación de atraso y postración sin el concurso de una actividad turística racional y responsable.

⁷ Precisamente en este convencimiento se fundamenta la fuerza que nos inspira la realización de una tesis doctoral, dirigida por el doctor Diego Lopez Olivares, sobre "Las potencialidades turísticas y el desarrollo integral de las comarcas de Els Ports de Morella y la Tinença de Benifassà".

Bibliografía

- Bote, V. (1988) : *Turismo en espacio rural. Rehabilitación del patrimonio sociocultural y de la economía local*. Madrid: Ed. Popular, S.A.
- López Olivares, D.: “El papel del geógrafo en la formación y planificación turística”. *Papers de Turisme* 11: 93-109. ITVA, Generalitat Valenciana.
- Ripollès, C.: “La promoció turística”. *Au!*, *Revista comarcal dels Ports* 33: 7-12. Associació Cultural i CNL dels Ports.
- Taylor, G.: “El marketing y las nuevas demandas turísticas”. *Papers de Turisme* 2: 61-80.
- Valcarcel-Resalt, G. (1992): “Desarrollo local en España: utopía o realidad”. *Desarrollo local y medio ambiente en zonas desfavorecidas*. Madrid: MOPT. 19-43.
- Vera, F. y Marchena, M.: “Turismo y Desarrollo: Un planteamiento actual”. *Papers de Turisme* 3: 59-84.