

PRÓLOGO

José Luis GARCÍA CUESTA (Editor)
Universidad de Valladolid

El *turismo de interior* se ha convertido, en los últimos años, en una propuesta atractiva para la diversificación de la oferta tradicional de sol y playa que abanderaba nuestro país, en la misma medida en que también se ha considerado como una de las principales estrategias de desarrollo económico y creación de empleo de numerosas comarcas del interior peninsular. Sin embargo, son numerosos los matices y perspectivas desde los que puede ser analizado o interpretado, tal y como se pone de manifiesto en numerosos trabajos y estudios que distintos autores, de diferentes disciplinas, han publicado tratando de definirlo, conceptualizarlo o acotarlo. Por lo general, se acepta que esta variante de la actividad turística es entendida como una tipología que aglutina diferentes modalidades de turismo, y cuyo denominador común hace referencia al área geográfica donde se lleva a cabo la actividad, siendo éste un territorio caracterizado por estar situado en zonas de interior de los países, por lo que quedan excluidos el litoral (área bien caracterizada por el turismo de sol y playa) y las ciudades de tamaño grande y muy grande. Del mismo modo, también se diferencia del término *turismo interior* –sin preposición– entendido como aquél que se realiza dentro de un país, tanto por sus residentes como por los turistas extranjeros que nos visitan, sin diferenciar el destino elegido o la modalidad turística principal que ha motivado el viaje y que tiene, por tanto, una mayor connotación economicista.

No estamos, sin embargo, ante una modalidad nueva o reciente de turismo, aunque ciertamente ha adquirido una mayor relevancia o notoriedad en los últimos veinte años. Así, podemos aceptar que el turismo rural –como principal manifestación del turismo de interior–, tuvo sus comienzos en España hacia mediados de la década de 1980, pero recibió el espaldarazo definitivo a

partir de los programas comunitarios de dinamización económica Leader I y II (1991-95; 1996-99) afianzándose definitivamente con el Leader+ (2000-06), que contemplaban la promoción de la actividad turística en el medio rural, hasta convertirla en la modalidad que más ha contribuido a la consolidación e impulso de una actividad económica que, hasta entonces, parecía estar exclusivamente reservada a los espacios litorales y a las ciudades con gran oferta cultural o patrimonial. Esto ha hecho que sea frecuente asimilar el turismo de interior con el turismo rural, como si ambos fuesen sinónimos, caracterizasen una misma oferta o sirvieran –por eliminación– para definir aquella actividad turística que no es claramente de sol y playa o urbana y, por ende, es aquella otra que comprende el resto de manifestaciones turísticas que no están en los dos grandes contenedores tradicionales. A nuestro entender, por el contrario, el turismo rural no deja de ser una manifestación o modalidad más de las que se encuentran comprendidas en el denominado turismo de interior, del mismo modo que nos encontramos con un largo elenco de tipologías turísticas que responden más a una actual tendencia marcada por la búsqueda de la caracterización, singularización y etiquetado de todo aquello que presente alguna peculiaridad, cuando en realidad no son más que variaciones turísticas caracterizadas por el aspecto más sobresaliente de su oferta complementaria o del espacio concreto en el que se realiza: turismo cultural-patrimonial, activo y deportivo, blanco, de montaña, ecoturismo, enoturismo, gastronómico, de naturaleza, etnoturismo, religioso, balneario y de salud...

Asistimos, por tanto, a un debate centrado en si existe una única modalidad de turismo de interior que comprende diferentes manifestaciones, o si por el contrario son muchas las modalidades turísticas que se ofrecen en la actualidad atendiendo al recurso principal que caracteriza la oferta, y que tienen en común su desarrollo en el espacio interior del país. En este sentido, es frecuente encontrar numerosos trabajos que refieren diferentes modalidades de turismo en función del espacio geográfico en el que se desarrolla la actividad. Así, discernimos claramente entre turismo de sol y playa, de montaña, rural o urbano como los cuatro grandes contenedores en los que podemos agrupar todo tipo de manifestaciones turísticas, asociando claramente el tipo de turismo con el espacio geográfico en el que se desarrolla. Del mismo modo, y más frecuente aún, es la clasificación que suele hacerse de las tipologías turísticas en función de la actividad principal que ha motivado el viaje, que parece ser el criterio que más fortuna está teniendo en los últimos años, especialmente derivado de la explotación estadística que se hace en las diferentes encuestas sobre el turismo nacional (Frontur, Egatur y Familitur), pero sobre todo, de la creciente tendencia a segmentar y singularizar cualquier propuesta turística. Para completar lo anterior, hay una tercera vía en la ca-

racterización de las tipologías turísticas que está relacionada con el tipo de alojamiento elegido para disfrutar de nuestras vacaciones. Sin embargo este es, a nuestro juicio, el criterio que puede inducirnos a un análisis más erróneo. El ejemplo más claro y conocido por todos es la contabilidad en el apartado de turismo rural de aquellos viajes que han utilizado alguno de estos establecimientos para el alojamiento cuando, en realidad, la motivación principal del viaje o las vacaciones puede ser el turismo de sol y playa. La elección de establecimientos de turismo rural próximos a la costa está relacionada con el menor coste del alojamiento, con la predilección por establecimientos hoteleros con más personalidad y encanto, y por la tranquilidad que ofrece su ubicación algo alejada del bullicio playero. Otro ejemplo en el mismo sentido lo constituyen aquellos viajes que eligen establecimientos de turismo rural desde los que hacer pequeñas excursiones a las ciudades próximas, a espacios naturales singulares, a hitos patrimoniales de gran significado cultural e histórico, etc. Si bien es cierto que esto contribuye a la generación de ingresos para los propietarios de los establecimientos turísticos, no es menos cierto que estamos lejos de los principios que caracterizan el turismo rural tal y como se concibió en las décadas de 1980 y 1990. Todo lo anterior no deja de poner de manifiesto que los conceptos *turismo rural* y *turismo de interior* están íntimamente relacionados, pero distan mucho de ser sinónimos.

El turismo de interior ha alcanzado tal relevancia en los últimos años, que se ha convertido en la propuesta más recurrente para el desarrollo económico de regiones y comarcas deprimidas y en la fórmula magistral para la creación de empleo y la fijación de población en el medio rural. Cada vez es más frecuente encontrar propuestas de actuación basadas en el turismo de interior en documentos de planificación estratégica, en planes de desarrollo regional, en planes de competitividad, en planes de desarrollo rural, en programas electorales de partidos políticos, en discursos institucionales y en todas las propuestas que tengan alguna relación con el crecimiento económico o la búsqueda de soluciones para afrontar la sempiterna crisis del medio rural. Si bien es cierto que en algunas regiones, como es el caso de Castilla y León, el turismo puede desempeñar un interesante papel en el desarrollo de las economías locales, no es menos cierto que no es la panacea para todas ellas. La creación de un producto de calidad, variado, singular, atractivo y competitivo, que llegue a convertirse en seña de identidad e imagen de marca es una tarea ineludible para ello, pero es costosa en recursos, dilatada en el tiempo, difícil de mantener y que implica el compromiso constante de instituciones, empresarios del sector y la población residente en los destinos. En un país como el nuestro, en el que durante décadas se ha creado una imagen de marca asociada al turismo de sol y playa que ya se ha instalado en el imaginario colectivo, es muy difícil y costoso llegar a conseguir que los turistas, princi-

palmente extranjeros, se adentren hacia otras regiones y comarcas en busca de un producto que mayoritariamente todavía desconocen. Por ello, es importante seguir apoyando las iniciativas turísticas que contribuyan a desarrollar productos turísticos de interior, de tal modo que las diferentes modalidades turísticas se conviertan en herramientas estratégicas para el desarrollo local y comarcal, pero sin olvidar que la transversalidad de las políticas turísticas en una región no se ven solo afectadas por actuaciones concretas en materia de turismo (ya sean leyes, decretos, reglamentos u otras normativas específicas de turismo), sino que también son modificadas e influidas por otras políticas sectoriales que afectan indirectamente al turismo (formación, empleo, juventud y género; infraestructuras, innovación tecnológica; promoción de productos agrícolas, ganaderos, artesanales o manufacturados; protección y conservación de bienes culturales y naturales; ordenación del territorio y planeamiento urbano; economía, empresa y comercio; etc.) sin perder la perspectiva de la necesaria e ineludible cooperación socio-territorial y socio-institucional.

Es precisamente, en relación con algunas de las reflexiones expuestas anteriormente, el fondo temático que con profundidad analítica encontramos en el primero de los artículos de este monográfico, firmado por Fernando Manero (*Redes de cooperación socio-territorial y valorización turística del paisaje. La experiencia de la comarca de Las Merindades (Burgos)*) en el que se presta atención al papel que desempeñan cada uno de los agentes sociales y económicos en la creación y promoción de propuestas turísticas atractivas. Pero este aspecto cobra, si cabe, mayor protagonismo en el caso del turismo de interior por cuanto supone de generación de nuevas fuentes de recursos y diversificación de las existentes, puesta en valor del patrimonio, creación de empleo y mantenimiento o fijación de la población en el medio rural, entre otras. Por otro lado, el artículo presta especial atención a las complejas relaciones que se establecen entre los diferentes agentes, a la importancia que cada uno de ellos tiene en el desarrollo del producto turístico y en la dinámica económica de la zona, creando a veces redes de cooperación, que deben ser aprovechadas adaptándose a una coyuntura constantemente cambiante, y en las que las responsabilidades no siempre están bien definidas.

Un ejemplo claro de cómo algunas actividades, tradicionalmente vinculadas al mundo rural, han perdido peso como sector productivo para convertirse en un nuevo argumento que alimenta la creación y diversificación de una abundante oferta turística, nos lo muestra Carmen Gil de Arriba en su artículo (*Las ferias ganaderas en Cantabria: de tradición cultural arraigada a elemento patrimonial y atractivo turístico*). Así lo expone su autora al señalar que "... si bien su orientación ha dejado de ser estrictamente pecuaria para

alcanzar una especialización cada vez más vinculada con actividades de ocio, lo que atrae a un creciente número de espectadores. [...] Todo ello debe entenderse en relación con los actuales procesos de globalización y de terciarización y más en particular, con la gradual funcionalidad turística y recreativa atribuida a los espacios rurales. En este sentido, mientras la ganadería pierde peso como sector productivo, las ferias de ganado tradicionales adquieren otras finalidades nuevas: lúdico-festivas, patrimoniales, ideológicas e identitarias".

La importancia que el turismo de interior puede llegar a tener en algunas regiones con vocación turística consolidada, pero vinculadas tradicionalmente al modelo de sol y playa, lo encontramos en el trabajo de Mercedes Millán (*Turismos de interior en la región de Murcia. Una aproximación al turismo rural y al enoturismo*), en el que se pone de manifiesto la importancia de crear nuevas ofertas que diversifiquen y desestacionalicen el actual modelo turístico, al tiempo que contribuyan a un mayor equilibrio en la generación de recursos y en la utilización de las infraestructuras de transporte y comunicaciones, alojamientos y servicios públicos. Así, el artículo centra su atención en el turismo rural y el enoturismo como dos propuestas atractivas y estratégicas de la Región de Murcia.

En otros casos, las actuaciones puntuales y concretas para la puesta en valor de un elemento patrimonial, pueden terminar convirtiéndose en el eje dinamizador del turismo local o referente turístico que traspasa su ámbito de influencia más cercano para convertirse en atractivo de carácter regional, contribuyendo a configurar una oferta más completa. En el caso de Castilla y León estaría formada por bienes de similar importancia patrimonial que adquieren dimensión turística, como es el caso de los conjuntos catedralicios, los castillos y fortalezas, conventos, abadías y monasterios, los museos que ocupan edificios históricos y los sitios arqueológicos. Así lo exponen María García y Manuel de la Calle (*Los hitos patrimoniales en dimensión turística. Castilla y León y la Real Colegiata de San Isidoro*) para entrar a reflexionar sobre la problemática de las actuaciones llevadas a cabo en éstos bienes patrimoniales y la búsqueda de un equilibrio razonable en su gestión, que ayude a su conservación y puesta en valor, al tiempo que pueda ser utilizado como producto turístico respetando su capacidad de carga y minimizando los impactos negativos que la actividad turística pudiera implicar.

Otra manifestación geográfica del turismo de interior que se ha producido con especial relevancia en los últimos años, está relacionada con la proliferación de urbanizaciones de segunda residencia que han extendido sobremana los anteriores límites del suelo urbano en muchos pequeños municipios tradicionalmente dedicados a actividades primarias, y la aparición de man-

chas residenciales que salpican numerosos enclaves con alto valor ecológico y paisajístico, principalmente en espacios de sierra y montaña. Numerosos espacios rurales y naturales de interior se han incorporado al mercado como bienes de consumo para los habitantes de las ciudades, bien en la modalidad de turismo ocasional, bien como segunda residencia más o menos permanente. El protagonismo que ejerce la segunda residencia en el parque residencial de los municipios es considerado un indicador suficientemente revelador del alcance turístico de cada municipio y de la transformación de su actividad económica hacia un terciario cada vez más dinámico. Este es el argumento principal de los trabajos de Dolores Brandis (*La vivienda secundaria como forma de alojamiento turístico en la Comunidad de Madrid (1970-2010): una aproximación*) e Inmaculada Mercado, Alfonso Fernández y María Victoria Bascarán (*Turismo rural y crecimiento inmobiliario en espacios de montaña media. El caso de la Sierra de Aracena*). Se trata de dos estudios que plantean metodologías en cierto modo diferentes por cuanto no se fundamentan en las mismas fuentes de información ni se refieren a ámbitos geográficos comparables pero que, sin embargo, comparten conclusiones y reflexiones similares. Es destacable la necesidad de acudir a fuentes de información indirectas que reclaman los autores para llevar a cabo este tipo de estudios ante las dificultades en la existencia y manejo de fuentes de información sobre vivienda secundaria, que permita diferenciarla claramente de la que tiene uso exclusivamente turístico. Y es que el crecimiento inmobiliario vinculado a la segunda residencia y a inversiones claramente relacionadas con la actividad turística, pueden tener en común el espacio en el que se desarrolla, la tipología arquitectónica, e incluso los mismos agentes y estrategias empresariales en la producción de suelo y vivienda, pero atiende a dos demandas de alojamiento turístico que no siempre son iguales ni comparables.

El potencial turístico de Galicia ha estado tradicionalmente basado en la costa y la oferta cultural vinculada al Camino de Santiago. Tras varios lustros de impulso financiero e institucional al turismo rural, considerado como actividad estratégica para el desarrollo de los espacios rurales gallegos, en una búsqueda de dinamización económica, diversificación y complementariedad de las rentas de sus habitantes, parece, a tenor de lo expuesto en el artículo de Xosé M. Santos (*Los turismos de interior en Galicia. Balance y perspectivas*), que la realidad actual es bien distinta. En este crítico trabajo, se sostiene que el futuro del turismo de interior en Galicia es bastante incierto, al entender que se ha orientado el desarrollo económico hacia la actividad turística en lugar de mantener la agricultura y la ganadería como "[...] pilares para crear una sociedad emprendedora y unos espacios vivos en los que se engargen otras actividades complementarias como el turismo". Esta afirma-

ción se fundamenta al entender que el turismo rural ha pasado a ser una oferta secundaria, con bajos niveles de ocupación, escaso aprovechamiento del Camino de Santiago y fuerte competencia del termalismo. Por ello, el autor apuesta por incorporar nuevos enfoques vinculados a conceptos como valor añadido, diferenciación, innovación y creatividad, correspondiéndole al patrimonio inmaterial un mayor protagonismo.

Finalmente, en el apartado "Varia Geográfica", pero en cierto modo relacionado con la temática de este monográfico, encontramos el artículo de Julio Fernández y Virginia Isla (*La atracción del vino en los viajeros europeos de los siglos XVIII y XIX*) que muestra las referencias a las actividades, los paisajes y la cultura vitivinícola española de los siglos XVIII y XIX a través de las descripciones que los viajeros franceses e ingleses relataban en sus libros de viajes. Al igual que en la actual articulación de propuestas turísticas basadas en el enoturismo, podemos ver cómo el interés por el conocimiento de la actividad vitivinícola y todo lo relacionado con la cultura de la viña y el vino, ya motivaba viajes en siglos pasados, en los que al tiempo que se intercambiaban conocimientos y experiencias, se establecían relaciones sociales y comerciales y se generaban recursos económicos derivados de la actividad turística.

Este es el contenido de un monográfico que la Revista Polígonos ha querido dedicar al turismo de interior, esperando contribuir a generar un debate y reflexión sobre la importancia que esta modalidad turística puede llegar a tener en determinados espacios, pero alertando de la necesidad de llevar a cabo actuaciones coordinadas entre todos los agentes económicos y sociales que intervienen, en la superposición de políticas, propuestas y actuaciones que provienen de todos ellos, al tiempo que es preciso poner en valor los recursos patrimoniales existentes, atendiendo a su capacidad de carga y a los efectos positivos y negativos que la actividad turística conlleva, para que no pe-ligren o se vean alteradas las potencialidades que los han convertido en atractivo turístico.

Valladolid, verano de 2012.