

**G. Cànoves, M. Villarino, A. Blanco-Romero,  
E. De Uña, C. Espejo, eds.**

# **Turismo de interior: renovarse o morir**

**Estrategias y productos en Catalunya, Galicia y Murcia**





# Turismo de interior: renovarse o morir

Estrategias y productos en  
Catalunya, Galicia y Murcia

Gemma Cànoves, Montserrat  
Villarino, Asunción Blanco-Romero,  
Elena De Uña, Cayetano Espejo  
(eds.)

Colección: Desarrollo Territorial, 12  
Director de la colección: Joan Romero  
Cátedra de Geografía Humana. Universitat de València

Consejo editorial:

Inmaculada Caravaca	Universidad de Sevilla
Josefina Gómez Mendoza	Universidad Autónoma de Madrid
Oriol Nel·lo	Universitat Autònoma de Barcelona
Andrés Pedreño	Universidad de Alicante
Ricardo Méndez	Consejo Superior de Investigaciones Científicas
Rafael Mata	Universidad Autónoma de Madrid
Julia Salom	Universitat de València

La presente publicación forma parte del Proyecto: *Turismo, territorio e identidad: procesos de revalorización de espacios y actividades en el medio rural español. Un análisis comparativo de los casos de Cataluña, Galicia y Murcia*, del Ministerio de Ciencia e Innovación. Plan Nacional de I+D+i (CSO 2009-11793).

Esta publicación no puede ser reproducida, ni total ni parcialmente, ni registrada en, o transmitida por, un sistema de recuperación de información, de ninguna forma ni por ningún medio, sea fotomecánico, fotoquímico, electrónico, por fotocopia o por cualquier otro, sin el permiso de la editorial. Diríjase a CEDRO (Centro Español de Derechos Reprográficos, [www.cedro.org](http://www.cedro.org)) si necesita fotocopiar o escanear algún fragmento de esta obra.

© Del texto: los autores, 2014

Publicacions de la Universitat de València  
[puv.uv.es](http://puv.uv.es)  
[publicacions@uv.es](mailto:publicacions@uv.es)

Corrección: Comunico C.B.  
Composición, maquetación y pruebas: JPM Ediciones  
Diseño de la cubierta: Luis Gómez  
Tratamiento gráfico: Celso Hernández de la Figuera

ISBN: 978-84-370-9535-6

# Contenidos

<b>Relación de autores</b> .....	9
<b>Lista de cuadros</b> .....	11
<b>Lista de figuras</b> .....	13
<b>Introducción</b> .....	15
<b>1. Marco conceptual</b> .....	19
1.1. Conceptos, nexos y conexiones: territorio, identidad y turismo de interior .....	19
1.1.1. Territorio .....	21
1.1.2. Identidad .....	23
1.1.3. Turismo de interior .....	28
1.2. Cambios recientes en el medio rural español.....	30
1.2.1. Complejidad del medio rural .....	32
1.2.2. Políticas y programas.....	34
1.3. Reinención de los territorios interiores.....	35
<b>2. La metodología utilizada</b> .....	39
2.1. Metodología cualitativa versus cuantitativa .....	40
2.2. El análisis previo .....	41
2.3. Determinación de la muestra de análisis.....	42
2.3.1. Elección de las áreas de estudio .....	42
2.3.2. Características generales de la muestra de análisis....	42
2.4. El trabajo de campo: la entrevista en profundidad .....	43
2.4.1. La guía de la entrevista en profundidad.....	43
2.4.2. Realización de las entrevistas y observación participante .....	46
2.4.3. La ficha-cuestionario .....	46
2.5. El tratamiento de la información .....	47

<b>3. Los territorios de estudio</b> .....	53
3.1. La configuración territorial del Empordà .....	54
3.1.1. El territorio .....	54
3.1.2. Turismo y segundas residencias, los dos pilares del Empordà .....	62
3.1.3. Diversificación de los productos turísticos .....	66
3.2. La configuración territorial de Ribeira Sacra .....	68
3.2.1. El territorio .....	69
3.2.2. Etapas del territorio .....	74
3.3. La configuración territorial de la Comarca del Noroeste ....	80
3.3.1. El territorio .....	80
3.3.2. Productos turísticos emergentes.....	86
a) El vino de Bullas: de la Denominación de Origen a la Ruta del vino .....	86
b) Caravaca de la Cruz: Ciudad Santa .....	88
3.3.3. El déficit en el equipamiento hotelero .....	94
<b>4. Los resultados del estudio empírico</b> .....	97
4.1. Resultados de la investigación del Empordà .....	97
4.1.1. Actores del territorio: las personas entrevistadas ....	101
4.1.2. Definición, imagen y valores del territorio .....	104
4.1.3. Pertenencia e identidad .....	108
4.1.4. Procesos territoriales .....	112
a) El territorio como base del producto «festivales»....	112
b) Variables que influyen en los procesos (de control)....	119
Iniciativas como motor del territorio .....	119
La innovación.....	123
<i>Elementos de la innovación</i> .....	123
<i>Los festivales, un producto innovador</i> .....	127
<i>Factores que impulsan o frenan la innovación</i> ....	133
c) Las perspectivas de futuro .....	134
4.1.5. Conclusiones.....	136
4.2. Mapa conceptual de Ribeira Sacra.....	137
4.3. Resultados de la investigación de Ribeira Sacra .....	141
4.3.1. Actores del territorio: las personas entrevistadas ....	142
4.3.2. Definición e imagen del territorio.....	145
4.3.3. Valores del territorio .....	148
4.3.4. Pertenencia e identidad .....	151
4.3.5. Procesos territoriales .....	155
a) Iniciativas.....	156
b) Innovación .....	158

c) Soporte: formación, apoyo técnico y promoción .....	162
d) Variables que influyen en los procesos (de control)....	164
4.3.6. Efectos e impactos.....	170
4.3.7. Futuro.....	171
4.3.8. Conclusiones.....	174
4.4. Resultados de la investigación de la Comarca del Noroeste.....	176
4.4.1. Actores del territorio: las personas entrevistadas ....	176
4.4.2. Definición, imagen y valores del territorio .....	179
4.4.3. Pertenencia e identidad .....	182
4.4.4. Procesos territoriales .....	184
a) Iniciativas.....	184
b) Innovación .....	187
c) Soporte: formación, apoyo técnico y promoción .....	190
d) Variables que influyen en los procesos (de control)....	192
4.4.5. Efectos e impactos.....	194
4.4.6. Futuro.....	195
4.4.7. Conclusiones.....	196
<b>5. Diagnóstico DAFO de los territorios .....</b>	<b>199</b>
5.1. DAFO de los territorios .....	200
5.2. Diagnóstico a partir de los DAFO .....	203
a) Empordà .....	203
b) Ribeira Sacra .....	205
c) Comarca del Noroeste .....	206
5.3. Comparación entre territorios .....	207
<b>6. Conclusiones .....</b>	<b>217</b>
<b>7. Bibliografía.....</b>	<b>223</b>
<b>8. Anexos.....</b>	<b>235</b>



# Relación de autores

**Asunción Blanco-Romero**, Profesora Titular de Análisis Geográfico Regional, Investigadora del grupo Turismo y Desarrollo Territorial en Áreas Rurales (TUDISTAR). Departamento de Geografía Universitat Autònoma de Barcelona.

**Gemma Cànoves Valiente**, Catedrática de Análisis Geográfico Regional, Directora del grupo Turismo y Desarrollo Territorial en Áreas Rurales (TUDISTAR). Directora de Investigación y Máster en la Escuela de Turismo y Dirección Hotelera de la UAB. Departamento de Geografía Universitat Autònoma de Barcelona.

**Esteve Dot Jutglà**, Profesor Asociado y Doctorando del programa de Geografía, Investigador del grupo Geografía Económica (GEC). Departamento de Geografía Universitat Autònoma de Barcelona.

**Elena De Niña Álvarez**, Profesora Titular de Geografía Física, Investigadora del grupo Turismo y Desarrollo Territorial en Áreas Rurales (TUDISTAR). Departamento de Historia, Arte y Geografía de la Universidad de Vigo, Campus de Orense.

**Cayetano Espejo Marín**, Profesor Titular de Geografía Humana, Director de la Revista Cuadernos de Turismo. Departamento de Geografía, Universidad de Murcia. Investigador del grupo Turismo y Desarrollo Territorial en Áreas Rurales (TUDISTAR).

**Inmaculada Díaz Soria**, Doctoranda del programa Géographie et Aménagement, del Centre d'Etude et de Recherche Travail, Organisation, Pouvoir de la Université Toulouse le Mirail. Investigador del grupo Turismo y Desarrollo Territorial en Áreas Rurales (TUDISTAR).

**M<sup>a</sup> Dolores Ponce Sánchez**, Profesora de la Escuela Universitaria de Turismo, Departamento de Recursos, Destinos y Distribución Turística. Universidad de Murcia. Investigadora del grupo Turismo y Desarrollo Territorial en Áreas Rurales (TUDISTAR).

**Josep Maria Prat Forga**, Doctor en Geografía, Investigador del grupo Turismo y Desarrollo Territorial en Áreas Rurales (TUDISTAR). Departamento de Geografía de la Universitat Autònoma de Barcelona.

**Montserrat Villarino Pérez**, Profesora Titular de Geografía Humana, Investigadora del grupo Turismo y Desarrollo Territorial en Áreas Rurales (TUDISTAR). Departamento de Geografía Universidad de Santiago de Compostela.

**TUDISTAR**. Grupo de Investigación Turismo y desarrollo territorial en áreas rurales. Universitat Autònoma de Barcelona: <<http://geografia.uab.cat/turisme/>>.

# Lista de cuadros

Cuadro 1. Principales procesos que interactúan en el territorio.....	21
Cuadro 2. Supuestos filosóficos en la práctica de la investigación cualitativa ...	40
Cuadro 3. Valores dominantes en la toma de decisiones innovadoras.....	45
Cuadro 4. Ficha de propietarios y gerentes de industria/empresa .....	47
Cuadro 5. Palabras o conceptos clave seleccionados.....	48
Cuadro 6. Preparación de un documento primario .....	49
Cuadro 7. Datos generales de las dos comarcas ampurdanesas.....	58
Cuadro 8. Población de las principales ciudades ampurdanesas (2012).....	58
Cuadro 9. Evolución demográfica (1981-2012).....	59
Cuadro 10. Estructura por edades de la población (2011) .....	59
Cuadro 11. Afiliados a la Seguridad Social por sectores de actividad (2011) ....	60
Cuadro 12. Distribución de la oferta de alojamientos y plazas en hoteles, campings y establecimientos de turismo rural en la Costa Brava (2011) .....	64
Cuadro 13. Distribución de la oferta de establecimientos hoteleros, campings y de turismo rural en el Empordà (2011).....	65
Cuadro 14. Distribución del parque de viviendas en el Empordà (2001).....	66
Cuadro 15. Oferta cultural de museos, exposiciones y elementos arqueológicos en el Empordà.....	67
Cuadro 16. Ribeira Sacra en el contexto provincial .....	72
Cuadro 17. Evolución demográfica de Ribeira Sacra .....	73
Cuadro 18. Estructura por edades (2012) .....	73
Cuadro 19. Afiliados en alta laboral por sectores (%) .....	73
Cuadro 20. Establecimientos de turismo rural en Ribeira Sacra .....	74
Cuadro 21. Grupos de Acción Local y programas de desarrollo gestionados ....	75
Cuadro 22. Establecimientos de turismo (2012).....	77
Cuadro 23. Denominación de Origen Ribeira Sacra.....	78
Cuadro 24. Comarca del Noroeste en el contexto provincial y regional (2012)....	83
Cuadro 25. N° de habitantes de los principales núcleos de población (2012) ....	84
Cuadro 26. Evolución demográfica de la Comarca del Noroeste (1981-2012).....	84
Cuadro 27. Distribución de la población por grandes grupos de edad (%) de la Comarca del Noroeste (2012).....	84
Cuadro 28. Distribución del personal ocupado en empresas según actividad principal. (%) 2008.....	85

Cuadro 29. Visitas a la oficina de turismo de Caravaca de la Cruz. 2002-2012* .....	91
Cuadro 30. Museos del municipio de Caravaca de la Cruz .....	92
Cuadro 31. Establecimientos y plazas de turismo en la comarca del noroeste. 2000-2011 .....	94
Cuadro 32. Censo de festivales de música en el Alt y Baix Empordà .....	98
Cuadro 33. Festivales de música trabajados en el Empordà .....	100
Cuadro 34. Conceptos clave de codificación de las entrevistas .....	100
Cuadro 35. Características de los entrevistados en el Empordà .....	101
Cuadro 36. Valores dominantes en la toma de decisiones innovadoras de los Promotores y Gerentes.....	102
Cuadro 37. Resumen del grado de satisfacción de los promotores.....	103
Cuadro 38. Procesos identificados en Ribeira Sacra.....	138
Cuadro 39. Conceptos clave de codificación de las entrevistas.....	141
Cuadro 40. Características de los entrevistados en Ribeira Sacra .....	142
Cuadro 41. Valores dominantes en la toma de decisiones innovadoras (Informantes cualificados) .....	143
Cuadro 42. Valores dominantes en la toma de decisiones innovadoras (Propietarios y Gerentes) .....	144
Cuadro 43. Grado de Satisfacción .....	145
Cuadro 44. ¿Se reconoce Ribeira sacra como espacio identitario? .....	152
Cuadro 45. Sentido de pertenencia a Ribeira Sacra .....	154
Cuadro 46. Características de los entrevistados en la Comarca del Noroeste ....	177
Cuadro 47. Valores dominantes en la toma de decisiones innovadoras (informantes cualificados) .....	177
Cuadro 48. Valores dominantes en la toma de decisiones innovadoras (propietarios y gerentes) .....	178
Cuadro 49. Grado de satisfacción .....	179
Cuadro 50. ¿Se reconoce la Comarca del Noroeste como espacio identitario? ....	182
Cuadro 51. Sentido de pertenencia a la Comarca del Noroeste .....	183
Cuadro 52. DAFO del Empordà .....	200
Cuadro 53. DAFO de Ribeira Sacra .....	201
Cuadro 54. DAFO de la Comarca del Noroeste .....	202
Cuadro 55. Esquema del análisis .....	203
Cuadro 56. Resultados más significativos del Empordà.....	204
Cuadro 57. Resultados más significativos de la Ribeira Sacra .....	206
Cuadro 58. Resultados más significativos de la Comarca del Noroeste .....	207
Cuadro 59. Debilidades de los territorios .....	209
Cuadro 60. Fortalezas de los territorios .....	210
Cuadro 61. Amenazas de los territorios .....	212
Cuadro 62. Oportunidades de los territorios .....	213

# Lista de figuras

Figura 1. Significados nucleares del territorio .....	22
Figura 2. El valor del territorio y su imagen .....	25
Figura 3. Identidad territorial .....	27
Figura 4. El contexto global/local .....	31
Figura 5. Cambios en el concepto de rural .....	32
Figura 6. El territorio rural .....	33
Figura 7. Escenario tendencial hacia 2030. Marginación rural, de acuerdo con el escenario de tendencia .....	36
Figura 8. Proceso metodológico del estudio .....	39
Figura 9. Localización del Empordà .....	55
Figura 10. Ejemplos del paisaje natural en el Empordà .....	57
Figura 11. Localización de la marca turística Costa Brava .....	63
Figura 12. Localización de Ribeira Sacra .....	69
Figura 13. Unidades del paisaje natural en Ribeira Sacra .....	70
Figura 14. Elementos singulares de Ribeira Sacra (territorio de aplicación del Plan de Dinamización Turística (PDT)) .....	71
Figura 15. La Ribeira Sacra: escenario con dinámica fragmentada .....	77
Figura 16. Localización de la Comarca del Noroeste .....	81
Figura 17. Lugares de Interés Comunitario y Zonas de Especial Protección para las Aves .....	83
Figura 18. Mapa de la ruta del vino de Bullas .....	88
Figura 19. Santuario-Fortaleza de la Vera Cruz .....	89
Figura 20. Cartel del Año Santo (2010) .....	89
Figura 21. Fachada del Santuario de la Vera Cruz .....	90
Figura 22. Descriptores generales del territorio .....	104
Figura 23. Descriptores del territorio por grupos de entrevistados .....	105
Figura 24. Conciertos de música clásica en la Escala-Empúries .....	113
Figura 25. Valores positivos: histórico-artísticos. Castillo de Calonge .....	116
Figura 26. Valores positivos: histórico-artísticos. Ampurias (Esculapio) .....	118
Figura 27. Museo Dalí (Figueras) .....	120
Figura 28. Teatro-Museo Dalí (Figueras) .....	120
Figura 29. Referentes para la elaboración de un mapa conceptual en Ribeira Sacra (dinámica). (A) .....	139

Figura 30. Referentes para la elaboración de un mapa conceptual en Ribeira Sacra (dinámica). (B).....	139
Figura 31. Referentes para la elaboración de un mapa conceptual en Ribeira Sacra (dinámica). ©.....	140
Figura 32. Descriptores generales del territorio RIBEIRA SACRA.....	145
Figura 33. Descriptores específicos del territorio RIBEIRA SACRA.....	146
Figura 34. Grupos de identificadores de la RIBEIRA SACRA.....	148
Figura 35. Valores positivos: Naturaleza (35,5%).....	150
Figura 36. Valores positivos: Histórico-Artístico (22,5%).....	151
Figura 37. Valores positivos: Vino-Viñedo (16,1%).....	151
Figura 38. Viñedos en terrazas en la Ribeira Sacra del Miño.....	159
Figura 39. Bodega Abadía da Cova (Ribeira Sacra del Miño).....	160
Figura 40. Embarcadero de Belesar en la Ribeira Sacra del Miño.....	162
Figura 41. Descriptores generales del territorio.....	179
Figura 42. El modelo de ciclo de vida de los destinos turísticos de Butler.....	214
Figura 43. Las áreas de estudio en el modelo del ciclo de vida de los destinos turísticos de Butler.....	215
Figura 44. <i>Network code</i> .....	241

# Introducción

La obra que aquí presentamos es el resultado de un proyecto de investigación titulado «Turismo, territorio e identidad: procesos de revalorización de espacios y actividades en el medio rural español. Un análisis comparativo de los casos de Catalunya, Galicia y Murcia» (CSO2009-2011) que se realizó entre los años 2010 y 2012 con la financiación del Plan Nacional I+D del Ministerio de Educación y Ciencia, aunque buena parte de los resultados de la investigación se remontan a un proyecto anterior que se centró en «El valor del lugar en la nueva geografía rural. Un análisis de las respuestas a los procesos de cambio en los espacios rurales a través de los estudios de casos en España» (SEJ2005-01587/GEOG) y que se elaboró igualmente con el Plan Nacional I+D del Ministerio de Educación y Ciencia en el periodo 2005-2008. Los conocimientos adquiridos y la experiencia recogida nos han permitido completar este libro que el lector tiene en sus manos. Asimismo este trabajo no hubiera visto la luz sin la dinámica del Grupo de Investigación en Turismo y Nuevos Desarrollos Territoriales en Áreas Rurales (TUDISTAR, <<http://tudistar.uab.es>>). El grupo, compuesto por investigadores de distintas universidades, se constituyó en 1995 y tiene su sede en el Departamento de Geografía de la Universidad Autónoma de Barcelona, y su objetivo es aglutinar a investigadores preocupados por estudiar el papel del turismo como dinamizador económico y social de los territorios rurales. Por ello desde sus inicios y a partir de las distintas investigaciones hemos constatado cómo los territorios intentan diversificar sus actividades a través de un conjunto de procesos que implican crear o reforzar la identidad territorial y potenciar el turismo de interior en el marco de las estrategias de los actores locales tanto públicos como privados. Las temáticas y las publicaciones derivadas de los diferentes proyectos nos han llevado a percibir que el turismo de interior y el desarrollo local son elementos clave para entender la dinamización de los territorios, pero a su vez las estrategias locales y los actores son decisivos para frenar o dinamizar estos territorios.

Los principales objetivos del libro se concretan en seis premisas, que se recogen de forma detallada en el capítulo correspondiente al marco conceptual. En primer lugar constatamos cómo los cambios globales afectan a los ámbitos locales y también cómo los procesos locales interactúan en los cambios globales; se podría interpretar también como una doble interacción de lo universal y lo particular. En este sentido la globalización refuerza el territorio como espacio recuperado de

solidaridad local y lo convierte en una oportunidad de desarrollo donde el cambio tecnológico es esencial.

En segundo lugar nuestro estudio analiza territorios en un amplio contexto, no en un sentido únicamente administrativo: nos interesa la estrategia de respuesta de sus entes locales y de sus actores y protagonistas.

En tercer lugar consideramos la identidad porque es un elemento clave en las estrategias de diversificación de un territorio, identidad vinculada al carácter del territorio, al sentido social de pertenencia a éste, a las condiciones de su entorno y al reconocimiento colectivo de una red de significados. La formalización de una identidad estratégica se fundamenta habitualmente en términos de singularidad, de autenticidad y de calidad.

En cuarto lugar entendemos que el desarrollo sostenible de las áreas rurales debe ser entendido desde una visión amplia y compleja. Ello implica considerar las dimensiones social, económica, ambiental, cultural, institucional y de gobernanza, así como sus interacciones. De forma simplificada, se podría considerar que todas estas dimensiones se engloban en el concepto de sostenibilidad territorial. El avance en la sostenibilidad de las zonas rurales requiere nuevas interpretaciones y planteamientos que reconozcan la complejidad y permitan la expresión de las particularidades y especificidades de cada uno de los territorios.

En quinto lugar tenemos en cuenta las previsiones para el mundo rural europeo que se concretan en la tendencia hacia un cambio progresivo en los estilos de vida, una despoblación en los medios rurales de las regiones occidentales y una creciente diferenciación interna de la Europa rural. Los procesos de diversificación del mundo rural en el oeste europeo añaden a su atracción funcional las opciones residenciales y turísticas, pero el grado de diversificación difiere entre unas y otras zonas.

En sexto lugar consideramos que el turismo representa en este contexto una de las alternativas funcionales con mayor peso en los territorios interiores, constituyendo una acción transversal generadora de cambio. En los territorios rurales de interior menos favorecidos es protagonista de la innovación, conectado a la idea de calidad, marca y sostenibilidad hacia el futuro.

La investigación ha tomado como ejemplo tres territorios diversos entre sí: en Catalunya, la comarca del Empordà, en Galicia el territorio de Ribeira Sacra y en Murcia la Comarca del Noroeste, áreas que se dinamizan con el producto turístico. En el caso del Empordà con la reinención de los festivales de música; en la Ribeira Sacra, con el fomento del turismo en un espacio emblemático; y en el caso de la Comarca del Noroeste, con el inicio de un proceso de puesta en valor del icono Caravaca de la Cruz. Atendiendo al modelo de ciclo de vida del producto turístico, hemos constatado que las tres áreas están en etapas muy diferentes; así, el Empordà está en un proceso de reconversión hacia el turismo cultural, la Ribeira Sacra se encuentra en la fase de desarrollo del producto turístico y la Comarca del Noroeste se sitúa en el inicio de la configuración de producto turístico.

La estructura del libro sigue la lógica del proceso de investigación y se divide en seis capítulos. En el primero exponemos el marco conceptual, que incardina la investigación. El segundo lo dedicamos a explicar el proceso metodológico del

estudio. En el tercero presentamos las características de los territorios objeto de investigación. En el cuarto, que es el más extenso, exponemos los resultados de la investigación para cada una de las áreas de estudio, para presentar en el quinto los resultados comparativos. Finalmente el sexto recoge las principales conclusiones.

En la recogida, tratamiento y elaboración de conclusiones de cada territorio han trabajado José M.<sup>a</sup> Prat, Inmaculada Díez y Asunción Blanco en el Empordà, Elena de Uña y Montserrat Villarino en Ribeira Sacra, y Cayetano Espejo y Dolores Ponce en la Comarca del Noroeste.

Esta investigación no se hubiera podido realizar sin la generosidad de las personas entrevistadas que nos brindaron su tiempo, su información, sus vivencias, sus recuerdos, su sabiduría y amor por el territorio de forma desinteresada; sin las diversas instituciones a las que hemos acudido en búsqueda de información y sin el apoyo de Esteve Dot, doctorando del Departamento de Geografía de la UAB, que ha revisado de forma precisa el texto. Finalmente, queremos agradecer al Dr. Joan Romero, catedrático de Geografía Humana de la Universitat de València, que como director de la colección *Desarrollo Territorial*, del Servei de Publicacions de la Universitat de València, considerara la aceptación de la publicación; sin su ayuda y apoyo nos hubiera sido difícil plasmar la investigación en un libro. A todos ellos y ellas queremos mostrar nuestro más sincero agradecimiento.



# 1 Marco conceptual

Este capítulo recoge las bases teóricas en las que nos hemos apoyado en el estudio. Así, analizamos el territorio y su puesta en valor a partir del turismo, centrándonos en los espacios interiores que buscan situarse en el mapa global y que padecen tanto dinámicas globales como efectos locales. Destacamos la importancia de entender la identidad de los territorios que se expresa a través de sus actores locales y del posicionamiento en un mundo global. Reflexionamos sobre la importancia de construir una imagen y la vinculación con la identidad territorial. Por ello dedicamos un apartado a entender la complejidad del mundo rural y cómo han influido las políticas y programas europeos, para finalmente hablar de las dinámicas que se están produciendo hacia la reinención de los territorios interiores.

## 1.1. Conceptos, nexos y conexiones: territorio, identidad y turismo de interior

En el mundo contemporáneo las funciones y las estrategias relacionadas con la dimensión territorial presentan múltiples formas. En particular, los territorios de interior tratan de fomentar su visibilidad en un contexto global y de mantener su presencia en él; en gran medida este proceso se articula a través de la consideración de una identidad cultural. Estas estrategias están dotadas de un carácter transversal y juegan un papel relevante en el caso del uso turístico del territorio.

Hablar de global y globalización, ya sea como categoría de fenómeno y de cambio, ya sea como proceso dinámico multidimensional que reconfigura continuamente la función de los territorios, implica hablar de revalorización del lugar y de la dimensión local (Doval, 2004; De Uña y Villarino, 2010). Boisier (2003) propone en este contexto hablar de una geografía en un espacio único y múltiples territorios (espacio físico/virtual con múltiples manifestaciones). El motor de la globalización es la innovación que hace emerger nuevas modalidades de configuración territorial; la globalización hace del territorio un actor; la globalización genera una dialéctica de identidad que refuerza el territorio como espacio recuperado de solidaridad local y lo convierte en una oportunidad de desarrollo donde el cambio tecnológico es esencial.

La consideración de la importancia del contexto global en esta perspectiva ha experimentado con frecuencia una lectura parcial puesto que «en realidad la aldea

común sigue siendo más bien un conjunto de lugares y (...) también a la comprensión global acompaña una expansión local: supone el retorno de los territorios» (Gómez Mendoza, 2000). La evidencia de que existe una dinámica de cambio de escalas se refleja en que los Estados se encuentran desbordados en sus políticas de cohesión y un nuevo estilo económico-funcional se suma al cultural-identitario: se aboga por la necesidad de darle contenido geográfico al espacio y al lugar hasta ahora utilizados como metáforas por los politólogos (Gómez Mendoza, 2001) avanzando en el estudio de la construcción de la territorialidad hacia las interacciones lugar/sujeto/comunidad.

Desde una perspectiva esencialmente teórica, los procesos en este marco pueden asimilarse a los propios de cualquier sistema no lineal (Urry, 2004). Desde una perspectiva esencialmente pragmática, con el lema «pensar globalmente y actuar localmente» (documento del Consejo de Europa sobre la Estrategia Territorial Europea, 1999) los territorios rurales se diferencian más por sus dinámicas de diversificación local que por sus propiedades comunes. En cualquier caso, la consideración de las dinámicas de cambio en el medio rural supone partir de tres nociones fundamentales:

- *Territorio*, teniendo en cuenta su concepto integrado y las estrategias de su puesta en valor a través de un análisis comparativo. Territorio de interior *rural*, configuración de las áreas de referencia donde se pueden diferenciar activos/potencialidades/actores y procesos.
- *Identidad*, aludiendo al rol que representa en la consolidación de la red de lugares del medio rural como territorios más o menos dinámicos en el mundo actual.
- *Turismo*, considerando su papel en la sociedad-economía local particularmente el turismo de interior.

Al mismo tiempo, avanzar en el conocimiento de la dinámica del proceso de revalorización, diversificación o reinención de los territorios interiores rurales requiere situar el foco del análisis en las diversas respuestas ante las exigencias de cambio. La necesidad de reformular el medio rural como un espacio sostenible hacia el futuro, de manera especial en el marco del territorio europeo, determina el hecho de que las interacciones sean más importantes que los componentes en sí. El cuadro 1 resume los principales procesos que interactúan en el territorio.

Desde este enfoque, la aproximación al diagnóstico y la potencialidad puede realizarse a través de un análisis comparado de los escenarios territoriales, teniendo en cuenta la condición de sus actores y de sus estrategias. En un escenario dado, es tan importante la condición de los territorios adyacentes como la del territorio analizado. Y debemos considerar una dimensión prospectiva ya que se trata no solo de «poner al descubierto los antecedentes de los fenómenos» sino también de tener en cuenta «la emergencia de nuevas prácticas y creatividad de la población», de manera que «lo que todavía no existe determina lo que se debe hacer (...) los futuros posibles» (Berdoulay, 2009: 13).

**Cuadro 1.** Principales procesos que interactúan en el territorio

PROCESO QUE	CON ACCIONES DE	EN UN CONTEXTO
Reforma	Reorientación productiva	Global... Local
Hace visible	Promoción territorial	Exógeno... Endógeno
Dinamiza	Conectividad social	Natural... Cultural
Diversifica	Sostenibilidad ambiental	Económico... Social
Especializa	Enfoque agroecológico	Privado... Institucional
Transforma	Fomento del turismo	
Reinventa	Proyecto de identidad	
Revaloriza	Ámbito multifuncional	

*Fuente:* Elaboración propia (2013).

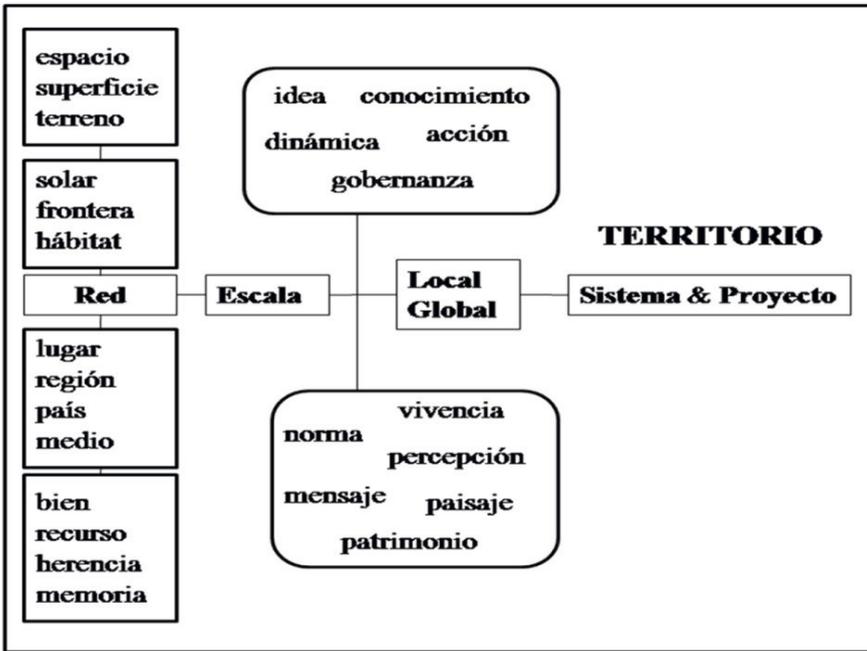
El marco de las variables seleccionadas en nuestro estudio se constituye a partir del ámbito exógeno (global) y endógeno (local), teniendo en cuenta que la definición de una escala atiende aquí a los diversos niveles de una red de asociaciones o agentes –que generan diferentes dinámicas estrechamente imbricadas–, donde lo local es una construcción intencional, un orden que nace en la turbulencia de los flujos globales rompiendo la antigua dicotomía local-global (Ivars, 2000; Pillet, 2008).

Las variables del análisis forman una red de indicadores dinámicos para la definición y explicación de los *procesos territoriales*, claves en la fase de interpretación. Los procesos que se dan en el territorio, bien sean incipientes, estables o maduros, se relacionan y se explican por las diferentes respuestas que se plantean los lugares a las exigencias de cambio y a la necesidad de reformular el espacio rural como un espacio sostenible hacia el futuro, siempre desde una perspectiva integrada (holística) donde las interacciones son más importantes que los componentes en sí. Los casos que hemos estudiado presentan características diferentes a priori, pero comparten el hecho de ser territorios de interior rural con dinámicas diferentes a la adaptación y diversificación. En ellos el binomio territorio/identidad presenta un particular interés.

### 1.1.1. Territorio

Nuestro estudio analiza territorios en un amplio contexto, no en un sentido únicamente administrativo: nos interesa la estrategia de respuesta de sus entes locales y de sus actores y protagonistas. La diversidad de respuestas de estos lugares es fuente de información para discernir los escenarios (tipología territorial) y las dinámicas (potencial territorial). Entendemos que la noción actual de territorio (AGE, 2006) está compuesta por sus recursos y patrimonio (naturales/humanos/culturales) que son activos tangibles e intangibles interconectados en diversos ámbitos (natural/rural/paisaje) (figura 1).

Figura 1. Significados nucleares del territorio



Fuente: De Uña (2009a).

El territorio se concibe como un espacio físico, condicionado por un medio en el que habitan personas interdependientes, con flujos constantes y multidimensionales entre los habitantes de áreas rurales y urbanas, y en el que gracias a estos movimientos se ponen en relación culturas y formas de interpretar, sentir y relacionarse con el entorno.

En este sentido el territorio siempre ha sido un bien sujeto a demandas por el ser humano, demandas que presentan múltiples formas en el mundo contemporáneo. Formas evidentes y latentes (entre las que se generan demandas emergentes), formas directas e indirectas (que diversifican las opciones de uso). En particular, los territorios rurales, y por extensión los denominados naturales, son objeto de una demanda creciente relacionada con la idea de su valor en términos de multifuncionalidad (susceptible de cubrir una amplia gama de expectativas).

Si bien hasta hace pocos años los espacios rurales eran espacios productivos agrícolas en los últimos años han adoptado diversas formas en su uso y disfrute. Las estrategias de poner en valor estos espacios no se han dirigido solo a fomentar su visibilidad en un contexto global –definiendo sus posibles ventajas competitivas– sino también a mantener esta presencia en el contexto global mediante un proyecto territorial de referencia, una estrategia marcada (la implantación de un cementerio nuclear, un parque temático, un espacio medioambiental) o la consideración de una marcada identidad cultural y territorial.

Las diferentes estrategias que adoptan los territorios están dotadas de un carácter transversal y juegan un papel relevante en el caso de una apuesta turística del territorio (Vera *et al.*, 2011; Andrés, 2000). Así, si se opta por el desarrollo del lugar con fines turísticos, los territorios tratarán de integrar en la oferta del destino los activos materiales e inmateriales, el conocimiento y la cultura local, orientados a los diferentes segmentos de la demanda turística. Por tanto, siguiendo a Claval (2002: 34-36) partimos de un espacio que es «una escena con actores, comunicada por caminos, cargada de mensajes (...) los lugares están indisolublemente ligados a los sentimientos de identidad (...) forman conjuntos coalescentes y constituyen territorios (...) la escena está dotada de una memoria colectiva». Y si examinamos el territorio teniendo en cuenta la respuesta de los actores, la hipótesis de trabajo puede sintetizarse en tres situaciones posibles (Brown, 2002):

- Presión institucional que delimita territorios de excelencia impuestos a las comunidades locales, respuesta pasiva y vacío de gestión.
- Intervención administrativa que genera un sistema de territorios protegidos vinculados a los actores locales, respuesta activa sin coordinación y múltiples gestores.
- Impulso administrativo en la participación de los actores locales para la configuración de las áreas territoriales y de las estrategias transversales (custodia/turismo), de lo que resulta un modelo dinámico de gestión.

Pecqueur (2000) diferencia dos tipos de territorios. El primero, el definido por una decisión político-administrativa en un proceso *top-down* para establecer políticas de desarrollo; en este caso se denomina «territorio dado». El segundo, el construido a partir de un encuentro de actores sociales en un espacio geográfico para identificar o resolver un problema común; aquí existe un sentimiento de pertenencia de los actores locales, un capital local social y cultural. En opinión de Abramovay y Beduschi (2004), este capital también puede ser formado a partir de sinergias entre la sociedad y el Estado: no se trata simplemente de un atributo cultural sino de una creación a través de organizaciones representativas de los individuos, capaces de superar las acciones locales que inhiben la formación del capital.

En definitiva, son los actores del territorio los que construyen su proyecto y su narrativa (Salom, 2003); la producción, el empleo, la difusión, la lectura y la transformación de la iconografía derivada (un proceso social/económico/cultural) son mecanismos que fijan en la memoria colectiva su representación (normalizada si atiende a un referente específico, por ejemplo arquetipo paisajístico; no normalizada si atiende a un referente genérico, por ejemplo patrimonial). A través de estos procesos se «recomponen o refundan territorios» (Berdoulay, 2009: 19) con nuevas identidades y nuevas lecturas para el turismo.

### 1.1.2. Identidad

La identidad se encuentra vinculada al carácter del territorio, al sentido social de pertenencia al mismo, a las condiciones de su entorno y al reconocimiento

colectivo de una red de significados. La formalización de una identidad estratégica se fundamenta habitualmente en términos de singularidad, de autenticidad y de calidad. La definición integra los activos territoriales: móviles, que actúan como vectores de difusión; y fijos, que actúan como nodos de atracción territorial. Como categoría y concepto, la identidad experimenta procesos de cambio continuo y su valor efectivo, desde una perspectiva socioeconómica o cultural, depende de la capacidad de innovación de los territorios (regulada por un sistema complejo de variables).

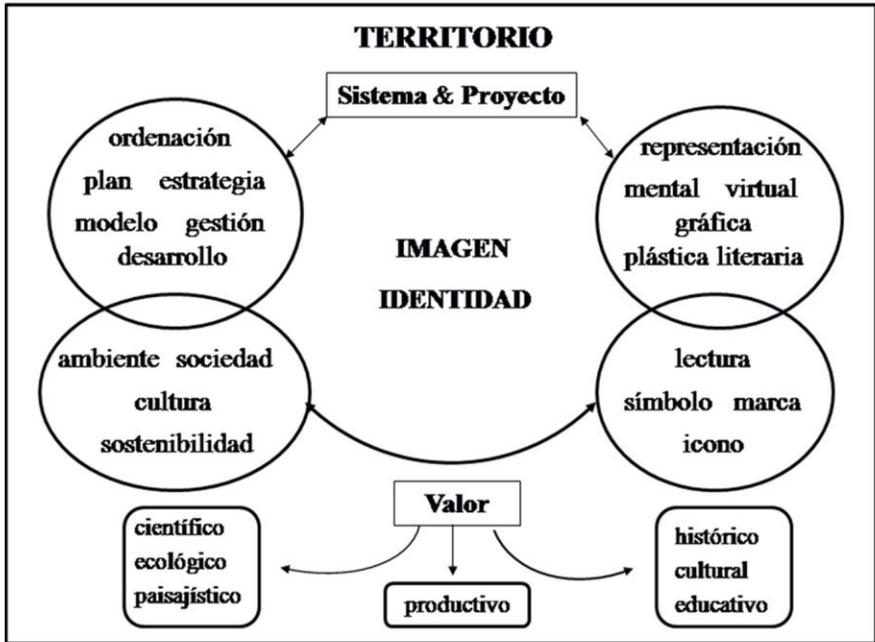
En la dinámica del mundo rural el territorio revela la interacción sociedad-espacio a lo largo del tiempo. Como consecuencia de este largo proceso, encadenado por la *tradición*, palabra cuyo significado es el del «don que se transmite», el espacio se configura como un lugar dotado de una biografía específica e identificado con un nombre, lo que le otorga una personalidad (Albertos, 2002; Menéndez, 2005). De tal manera que el territorio rural acota un espacio tanto física como simbólicamente. De ahí la denominación de un proceso de construcción social. En sentido antropológico y sociológico, el territorio también se asocia a procesos de construcción de identidad (Murillo, 2007). El territorio construido pasa a ser un espacio de desarrollo multidimensional. Este proceso de construcción es definido por Santos (2000) como de «re-territorialización», es decir, de redescubrimiento del sentido de lugar y de la comunidad.

Al hablar de identidad no podemos obviar la dimensión de su representación e imagen (figura 2). La imagen nos proporciona una perspectiva sobre los referentes de la propuesta de identidad. A través de los diferentes formatos de representación, expresa un contenido cognoscitivo (un concepto) combinando una serie de signos en una dimensión simbólica asociada a un mensaje. En opinión de Pintos (1997), la elaboración de un hecho diferencial no se apoya tanto sobre una realidad sustantiva como sobre una red conceptos integrados en un discurso, en el entorno de un universo simbólico; es este universo, este entorno, el que omite ciertos fenómenos y vuelve relevantes otros. El modo de ser no es el de la presencia, sino el de la ausencia ya que los imaginarios forman parte de los supuestos y no se cuestiona su realidad: muestran lo que es considerado real por un sistema social.

La imagen hace visible al territorio, transfiere y da a conocer su proyecto pero también integra lo que se espera de él y retorna al mundo de partida con nuevos significados que emanan de su lectura. En este punto, pueden introducirse cambios en el proceso de elaboración de una identidad. Influye en la reelaboración del discurso (narración) del territorio. Al mismo tiempo, personaliza e identifica sus propiedades y sus productos.

Cualquier acción que subraye una identidad requiere un proceso de innovación y de fortalecimiento de los actores territoriales, instituciones y redes; y no tiene que existir necesariamente una localización geográfica de referencia. En cualquier caso, la puesta en valor de la identidad del medio rural puede seguir diferentes vías (Ranaboldo, 2006: 9-11):

Figura 2. El valor del territorio y su imagen



Fuente: De Uña (2009a).

- Estrategia de calidad que hacen único algo, lo que implica un proceso de calificación/recalificación construido sobre un territorio (evocaciones de tradición-historia-cultura).
- Estrategia sectorial basada en un producto específico, donde la identidad está encapsulada en un elemento (fijo o móvil).
- Estrategia integrada basada en una canasta de bienes y servicios (por ejemplo, una ruta del vino), que suele apoyarse en recursos fijos.

La identidad también emerge asociada a los eventos, que representan una estrategia de promoción del territorio. Determinados eventos son capaces de catalizar y crear imágenes exaltadoras de la identidad, de manera que crean y consolidan una marca. Añaden valor al territorio y configuran un discurso en «un espacio envolvente, un entorno interactivo que se extiende a los lugares, a los objetos y, también, al tiempo» (Costa, 2004). La fabricación de iconos visuales con motivo de un evento instala en nuestra mente una serie de referentes visuales universales (*sights*) y los ámbitos diferenciales del proceso son:

- Material (realidad de objetos-productos-servicios), aplicado a la creación de imagen de marca mediante los eventos en la tipología de actos, empla-