

# AGRICULTURA Y TURISMO

La plaga de la langosta aparece en la Biblia como uno de los siete hechos catastróficos que asolaron a Egipto; pero también como un hecho afortunado al ayudar a Moisés a liberar al pueblo judío del yugo faraónico. Muchos siglos transcurrieron durante los cuales los investigadores consideraron que la langosta común, solitaria y de color verdoso, era una especie distinta de la roja, gregaria y devoradora. Pero entre 1911 y 1929, un sabio ruso, Uvarov, demostró que esta última no es más que un estado particular de la primavera.

En las líneas que siguen vamos a tratar, entre otras cosas, de ese ser solitario entre la muchedumbre urbana; gris, impaciente, serio y lleno de problemas que es el hombre, que cuando llega el verano se viste de colores, sonríe, rebosa vitalidad y se transforma en otro individuo, adquiere otro estado. Se hace más gregario, busca una multitud con la que desea hablar y comunicarse y se convierte en ese ser soñado por todos los gobiernos y recelado por muchos viejos agricultores: el turista. Un ser que puede constituir una verdadera plaga en el sentir de algunos, pero que también puede liberar las economías de grandes zonas rurales del yugo de una agricultura tradicional de escaso rendimiento y en franco proceso regresivo.

## Luis G. de Oteyza \*

Subdirector Gral. de Concentración Parcelaria. Mnto. de Agricultura.

La civilización técnica y urbana característica de gran parte de los países europeos ha determinado un aumento tanto del nivel de vida como del tiempo dedicado al ocio. El problema que empieza a presionar en la mayor parte de las so-

ciedades desarrolladas es cómo emplear el tiempo libre que cada individuo dispone para su propio esparcimiento. De una semana laboral de cuarenta y ocho horas evoluciona el mundo entero hacia otra de cuarenta, y aun este límite horario tiende, en un futuro no muy lejano, a ser todavía más reducido; no se precisa, pero se espera con ilusión la fecha en que los Parlamentos de los distintos países voten por la «semana de las treinta horas», y que la duración media de la actividad profesional efectiva de un hombre, a lo largo de toda su vida, sean las cuarenta mil horas de que nos habla Jean Fourastié <sup>1</sup>.

Como consecuencia de ello, el turismo de masas se convierte cada vez más en un hecho social de primera magnitud, tanto para la sociedad ur-

bana como para la tradicional sociedad campesina. Esta consideración plantea problemas de toda índole, no siendo los de menor importancia los de carácter sociológico.

La Conferencia de Planificación sobre el Programa Social Europeo destacó ya en 1961 que la organización del esparcimiento y ocupación del tiempo libre empezaba a ocupar un lugar destacado en los programas sociales de los países avanzados, y que debía concederse gran importancia a los problemas del turismo popular y de la organización de las vacaciones de los trabajadores.

Las tradicionales vacaciones de verano, Navidades y Pascua se ven reforzadas por los viajes de fin de semana a residencias secundarias, estaciones de esquí, deportes de caza o simple contemplación de la Naturaleza. El aumento de los niveles de vida de la población, la reducción del tiempo de trabajo, el desarrollo

(\*) El presente trabajo está basado en la Ponencia presentada por el autor al *Symposium* sobre "Planificación de áreas rurales", organizado por la FAO y celebrado en Berna del 24 al 30 de agosto del presente año. El autor agradece la colaboración prestada para la elaboración de dicha Ponencia por don Ricardo de Rada, Doctor Ingeniero de Montes de la Dirección General de Montes, Caza y Pesca Fluvial; don Amalio García Arias, del Instituto de Estudios Turísticos, y don Antonio Salvador Chico, del Servicio de Extensión Agraria; asimismo, las ayudas y sugerencias recibidas del Ingeniero Agrónomo don Jaime Lamo de Espinosa y del Sociólogo don Mario Gaviria.

<sup>1</sup> Jean FOURASTIE, *Les 40.000 heures*, Laffont-Gonthier. Genève, 1965.



La Naturaleza, en cualquier caso, puede ofrecer paz y reposo.....

de los medios de transporte, la «democratización» del automóvil, el transcurso de la existencia urbana en trabajos de gran monotonía y no menor aburrimiento, ha determinado que la población busque en los espacios abiertos, en el aire libre, una compensación a lo que constituye el trabajo moderno y una satisfacción para el desarrollo de su propia personalidad.

El turismo es objeto, pues, de una opción importante de la política económica, y su planificación, preocupación constante de gobiernos, que fomentan la promoción de empresas que tratan de dar satisfacción a estas necesidades de nuestra sociedad. No puede, pues, extrañarnos que ciertos economistas<sup>2</sup> inciten a los agricultores a hacerse «vendedores

de vacaciones». Hasta las autoridades de las comunidades rurales tratan por todos los medios de adecuar la infraestructura de estas localidades haciéndolas cada vez más acogedoras y más agradables, de acuerdo con los deseos de los miles de turistas que cada año toman contacto con el medio rural.

Este hecho, fundamental para la economía, nace de que «el ocio —según la filosofía moderna— es una forma de interacción, de acción, es una actividad». Como toda actividad, es necesario ejercerla, y para ello, «la forma especial de cristalizar el ejercicio del ocio es precisamente el turismo»<sup>3</sup>. El turismo entraña una gran cantidad de valores sociológicos y de valores culturales:

la comprensión de otros grupos sociales, del paisaje y de la historia, conocimiento de las actividades culturales ajenas al país de origen, etcétera.

La importancia del turismo en las economías de los países y su interdependencia con los problemas del crecimiento económico se pone de manifiesto por la preocupación que por este tema ha tenido la OCDE, que en mayo de 1966 organizó, en Estoril (Portugal)<sup>4</sup>, un Seminario sobre estas materias, y el que en un reciente *Symposium* de la FAO, celebrado en el pasado mes de agosto en Zollikofen (Berna), se tratara de un aspecto muy particular pero enormemente sugestivo y lleno de posibilidades, cual es el del turismo en el medio rural.

<sup>2</sup> H. DE FARCY et GUNZBOURG, *Tourisme et milieu rural*, Ed. Flammarion, 1967.

<sup>3</sup> ANGEL VEGAS, *Valores sociológicos del turismo*. Problemas socio-económicos y técnicos del desarrollo turístico. Madrid, 1967, I. E. T., pág. 201.

<sup>4</sup> OCDE, *Developpement du tourisme et croissance économique*, Paris, 1967.



La cristalización del ocio, materializado en el turismo, ha sido uno de los impulsos motores más importantes de numerosas economías de países mediterráneos y de otras zonas turísticas del mundo. En 1966, unos trece mil millones de dólares fueron generados por el tráfico mundial, cifra que duplicó prácticamente la correspondiente a 1960. Pero si a las rentas turísticas generadas internacionalmente añadimos las del turismo interior de cada país, llegamos a la tremenda cifra de 60.000 millones de dólares, generada por el turismo mundial en 1965<sup>5</sup>.

Las cifras relativas a las rentas generadas por el tráfico turístico internacional y los ingresos que el turismo representa sobre el Producto Nacional Bruto y sobre el volumen de las importaciones y exportaciones, ponen de manifiesto que el turismo, en algunos casos, como el de España, pueda considerarse como la primera industria exportadora nacional.

No hace falta ser un «futurólogo» para ver en el turismo un amplio margen de expansión, cuya incidencia puede ser fundamental para el desarrollo económico de muchos países. Grandes sectores de la población todavía no se desplazan (se calcula que tan sólo el 2 por 100 de la población de Estados Unidos viene a Europa), y existen además amplias posibilidades no explotadas en países que están adquiriendo un elevado nivel de vida (Japón, Sudáfrica, Australia, algunos países de Iberoamérica, etc.). La pronta entrada en servicio de aviones de gran capacidad, la importancia que el porvenir tendrá el turismo social y el turismo de jóvenes, así como el hecho no lejano de que las jubilaciones se produzcan en edades todavía «relativamente» jóvenes, determinarán una gran masa de población, que buscará, en el desplazamiento a otros países y en el contacto con la Naturaleza, una compensación a sus trabajos habituales o a la agitada y urbanística vida que tuvieron durante sus años de actividad profesional.

## AGRICULTURA Y TURISMO



Expansión de la ciudad: urbanización del campo. En la pág. siguiente: escena del va-y-viene, típica de una frontera muy frecuentada.

Por eso no es extraño que, como afirmábamos en un principio, el agricultor empiece a pensar en hacerse «vendedor de vacaciones». Podría pensarse que si bien hasta la fecha se ha considerado a la agricultura como el arte de cultivar la tierra, con el transcurso del tiempo puede convertirse en el arte de utilizarla, con imaginación, como mejor convenga. Y dentro de estos nuevos usos, las atenciones derivadas del ocio es previsible cobren cada vez mayor importancia.

Con esta perspectiva cabe pensar que algunos agricultores sufran un cambio profesional sin abandonar el medio rural, pero pasando de ser productores de bienes de consumo alimenticio a ser productores de bienes de consumo «paisajístico». Puede pensarse en el agricultor como decorador del paisaje y conservador de la Naturaleza.

Todas estas consideraciones justifican la preocupación que se va apreciando en los diferentes países, y también la atención que a ellas dedican, sobre todo a partir de 1960, los organismos internacionales al tratar de los temas turismo, conservación de la Naturaleza y ordenación del espacio rural. En 1960, la Conferencia General de la Unesco incluía en el programa la conveniencia de publicar estudios acerca de los problemas resultantes del incremento del tiempo de ocio en Europa; en la XII Sesión, celebrada en diciembre de 1962, la misma Organización recomendó prestar la debida atención a la belleza del paisaje y de los escenarios naturales. En el V Congreso Forestal Mundial se puso de manifiesto el interés del bosque para usos recreativos. La Comisión Forestal Europea, en la Sesión de octubre de 1963, celebrada en Ginebra, hizo notar que los programas y planes forestales se estaban viendo incrementados por el desarrollo de otros sectores de la economía, y que el papel del bosque en el esparcimiento y turismo estaba cobrando cada vez mayor atención.

### El turismo en las zonas rurales

Hechas estas consideraciones generales sobre el turismo, veamos al-

<sup>5</sup> JUAN DE ARESPACOCCHAGA, *Proyección del turismo en el desarrollo económico*. I. T. E. Madrid, 1968.

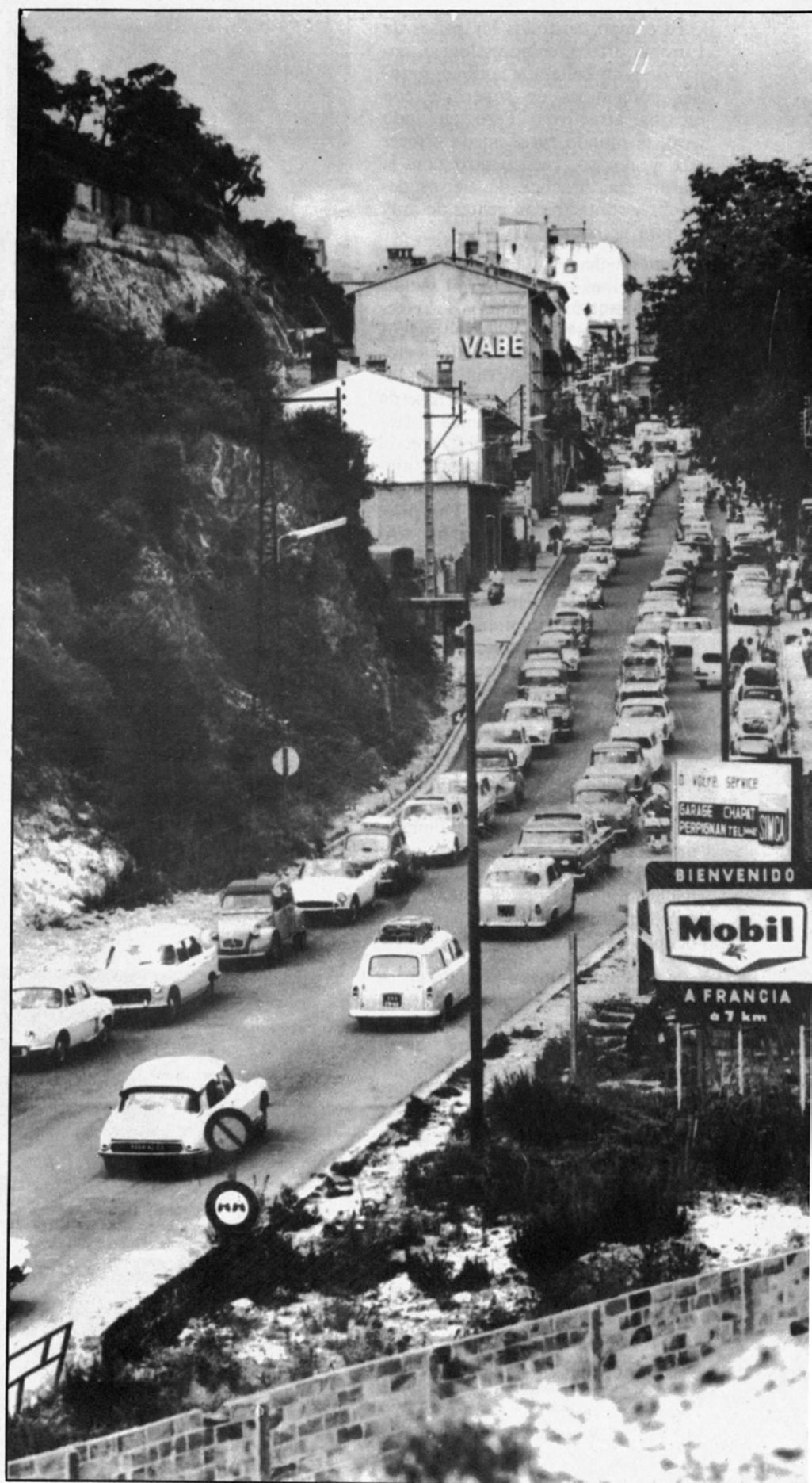
gunos aspectos de la interrelación turismo-agricultura.

En diferentes trabajos se ha tratado de descubrir cuáles son las motivaciones que actúan sobre el urbano y le empujan a desplazarse. Las encuestas llevadas a cabo para descubrir estas motivaciones parecen coincidir al afirmar que, al menos en estos últimos tiempos, el motor fundamental del turismo es el sol. La OCDE pone de manifiesto este hecho cuando en 1967 afirmaba: «Parece que, desde la guerra, el factor que más ha contribuido a la expansión del turismo ha sido la búsqueda del sol. Los países mediterráneos se han beneficiado los primeros del repentino descubrimiento de los nórdicos de que los placeres del sol durante unas semanas constituyen casi un derecho natural»<sup>6</sup>.

Pero es evidente que esta búsqueda del sol puede responder a un concepto más amplio y rico: búsqueda de la Naturaleza. El mar, el campo o la montaña representan para el hombre actual un gran atractivo al contribuir a reparar el agotamiento físico o nervioso causado por la tensión que lleva implícita el cumplimiento de sus obligaciones cotidianas. La preferencia entre el mar, la montaña o la llanura viene, en parte, determinada en razón del número de días y época del descanso. Según se trate de grandes o pequeñas vacaciones o fines de semana.

En las grandes vacaciones, coincidentes normalmente con la época de verano, la competencia que el mar hace al campo es manifiesta. Durante las vacaciones de Navidad y Pascua, el campo, y especialmente las estaciones de alta montaña, gozan de grandes preferencias. A pesar de ello, las zonas costeras de clima cálido siguen ejerciendo una fuerte competencia a la montaña. Las vacaciones de Pascua, a caballo entre el invierno y el verano, se resuelven con resultados oscilantes a favor del mar y del campo. Los fines de semana, por último, polarizan las actividades en el campo: grandes paseos por los bosques, caza, pesca, deportes náuticos en lagos y pantanos, estaciones de esquí, etc.

<sup>6</sup> OCDE, *Developpement...* Opus cit.





El campo, en todos los países de Europa, ofrece, como es lógico, zonas de gran belleza y también grandes porcentajes de superficie con escasos atractivos. Pero en todo caso, el mundo rural puede ofrecer paz y reposo, reencuentro con la Naturaleza, práctica de ciertos deportes y contacto con gentes de muy distinta actividad.

Son muchas y muy variadas las repercusiones del turismo al incidir sobre el mundo rural. Bajo los efectos del desarrollo turístico muchos pueblos se reaniman, y su morfología sufre una transformación sensible, incluso en la arquitectura de las construcciones destinadas a desempeñar nuevas funciones, con el peligro que encierra de pérdida, muchas veces, de la «escena rural»; en otros lugares son, por así decirlo, grandes ciudades las que se han originado explotando de una manera autónoma el paisaje; los pueblos se convierten intermitentemente en ciudades de eclipse, animándose con una vida urbana durante ciertos períodos de tiempo; existen a veces bosques que se «urbanizan», como consecuencia de la construcción de viviendas residenciales, fórmula no exenta de peligro al convertir el espacio en algo terriblemente ambiguo, que ni es campo, ni bosque, ni ciudad. Los habitantes de estas nuevas urbanizaciones compran una ideología, la ideología de la Naturaleza, de las zonas verdes, sin tener presente que en el momento que las ocupan la destruyen.

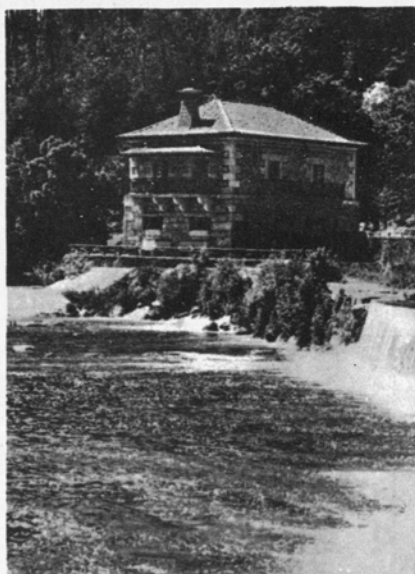
Las mutaciones ecológicas se acompañan también de cambios en los tradicionales trabajos campesinos, determinando un crecimiento del sector terciario relacionado con el alojamiento. A este respecto, se puede hablar de la creación de la clase media rural<sup>7</sup>. En algunos supuestos el centro de interés de la sociedad rural es sustituido por alicientes de naturaleza diferente. Hasta la transformación por el turismo, el centro de interés que presidía la organización de la sociedad campesina eran las labores agrícolas; después es el trabajo de hospedería, proporcionado por el ocio urbano, lo que se convierte en estos supues-

## AGRICULTURA Y TURISMO

tos, en principio, de la nueva organización de la comunidad rural.

En algunos supuestos el desarrollo turístico de una determinada comunidad rural va en perjuicio del desarrollo agrario. Muchas veces el trabajo que constituye una especie de «estado natural» cuando es agrario, se convierte en profesión cuando es «turístico»; generador de éxodo cuando es agrario, creador de puestos de trabajo cuando es turístico. En estos supuestos de comunidades en proceso regresivo, el trabajar la tierra provoca un sentimiento de inferioridad social; por el contrario, el trabajo turístico es muchas veces más rentable, confiere prestigio social, exige una preparación profesional y tiene menos riesgo. Son, pues, de gran interés las repercusiones que no sólo desde el punto de vista económico, sino también desde el sociológico, introduce el turismo en el medio rural.

Refiriéndonos a los aspectos económicos, es frecuente que al tratar la repercusión del turismo sobre la agricultura aparezcan en primer lugar los posibles aumentos que sobre la demanda interior de productos agrarios de productos agrarios puede ejercer el contingente de visitantes que durante un período más o menos largo permanece en cada país o región visitado. Este aumento temporal de población incide fundamentalmente en aquellos productos de alto poder alimenticio y pequeño volumen<sup>8</sup>, además



Refugio para pescadores de caña en el río Ulla (Gimonde)

<sup>8</sup> No es fácil disponer de cifras sobre los consumos de productos alimenticios originados por el turismo. Para España, fundados en que los ingresos obtenidos por turismo se calcularon para el año 1967 en 1200 millones de dólares, de los que se considera que aproximadamente unos 300 fueron gastados en alimentación. Multiplicando las cifras de los consumos por el número de días de permanencia media, se han obtenido las cantidades totales consumidas de cada grupo de productos y que, relacionada con la oferta global de disponibilidades de España por habitante, determina los porcentajes de consumo «turístico» en los principales artículos.

Se calcula que un 2,8 por 100 de nuestra producción global de carne y un 2,3 por 100 de la de leche es consumida por los turistas. Menor proporción, inferior al 1 por 100 corresponde a los cereales, productos hortícolas y frutas. Algo mayor, un 7 por 100 resulta ser la proporción para el azúcar.

<sup>7</sup> PLACIDE RAMBAUD, *Tourisme et urbanisation des campagnes*, Sociología Rural, n.º 4, 1967.



No debe resultar extraño que el agricultor llegue a convertirse en un vendedor de vacaciones

de los típicos y representativos de cada comarca <sup>9</sup>.

Por otra parte, hay que tener en cuenta, al tratar de este aspecto, que el turismo determina en los países receptores costumbres consumidoras que, en un principio, pueden ser extrañas, pero que posiblemente, a la larga, se extienden y alteran las normas tradicionales de consumo, tanto en cantidad como en calidad. Estas variaciones pueden ser más importantes que los aumentos de la demanda originada por los propios turistas.

Dentro de estos aumentos de la demanda, existe también un aspecto

<sup>9</sup> También hay que considerar algunos productos especiales, como por ejemplo, pueden ser los vinos de Chianti, el queso parmesano, el salchichón de Arlés, las naranjas o el arroz (paella) de Valencia, los vinos de Jerez, etc. Todos estos productos típicos ofrecidos con gran atractivo al turista, suponen una fuente de ingresos considerable y serían aún mayores si se tipificaran más y se dirigieran bajo una forma publicitaria debidamente canalizada. A este respecto Francia ha demostrado siempre una magnífica tradición en cuanto a la venta de estos productos, como por ejemplo, la propaganda de sus vinos de Burdeos o de los embutidos del Languedoc o de Alsacia o sus rutas gastronómicas.

singular que debe considerarse: son las mayores ventas de productos de artesanía, industria que tiene su origen muchas veces en zonas rurales, y que realizando una adecuada promoción pudiera proporcionar mayores ingresos a la población campesina y compaginar la temporalidad del trabajo agrícola y turístico. Por tratarse de una «industria» que requiere poco capital y abundante mano de obra, su implantación en el medio rural puede ser de gran interés <sup>10</sup>.

Otro aspecto de interés es el relativo a la incidencia del turismo sobre los alojamientos y precio de los terrenos. Existen experiencias en muchos países (Francia, Austria, Italia y España) sobre la política de ayudas especiales por parte del Estado para mejorar la vivienda rural y para proporcionar un alojamiento al turista <sup>11</sup>. En esta política de mejora de la vivienda rural, cons-

<sup>10</sup> A este respecto puede ser interesante destacar la reciente creación de la Empresa Nacional de Artesanía, cuyos objetivos básicos son facilitar ayuda artística, especialmente en los aspectos relacionados con el diseño, y prestar asistencia técnica y financiera a la artesanía, promoviendo una más ágil y creciente comercialización de los productos.

trucción de albergues, preparación de mini-camping, etc., pueden participar directamente los agricultores y comunidades rurales. A través de estos medios, los agricultores reciben y pueden recibir una parte cada vez mayor de rentas urbanas, cambiándose así, en cierto sentido, la trayectoria mantenida desde siempre de las rentas del campo en favor de la ciudad.

El desarrollo del turismo en ciertas comarcas rurales puede contribuir, por otra parte, a mejorarlas, mediante un nivel adecuado de servicios e incluso a mantener su equipamiento básico. En este aspecto también existen experiencias de gran interés de «villas en vacaciones» <sup>12</sup> que tratan de adecuar la infraestructura tanto del pueblo como del espacio rural para el alojamiento del turista. Aunque en estos casos la iniciativa habitualmente es extra-agrícola, existen beneficios indirectos de gran interés para las comunidades rurales afectadas.

La influencia del turismo en el medio rural puede ser de tal naturaleza que puede ponerse claramente de manifiesto incluso por la evolución no rural de las municipalidades. La influencia económica del turismo y su poder político determina a veces una mutación incluso en el nombre de la nueva demarcación turística que se mantiene aneja o independiente del antiguo municipio rural.

Son múltiples los casos que pueden citarse de pequeños municipios rurales absorbidos por la importancia de las urbanizaciones turísticas realizadas en una determinada superficie de su territorio. Ayun-

<sup>11</sup> En Francia, la política dirigida a subvencionar a los agricultores para que acomoden sus casas para recibir a los turistas, se ha llevado a cabo a través de un proceso creciente durante estos últimos años. Según las previsiones de la Comisión de Turismo, en el V Plan será preciso encontrar en las casas de los agricultores 200.000 nuevas habitaciones para atender esta demanda siempre creciente. En Austria, los agricultores ofrecen más de 300.000 habitaciones a los veraneantes, y en regiones como Vorarlberg, el 60 por 100 de los agricultores reciben turistas. En España se ha programado en el II Plan de Desarrollo una inversión de 150 millones de pesetas para subvencionar estas actividades.





tamientos de menos de 2.000 o de 1.000 habitantes, en los cuales se han llevado a cabo grandes inversiones turísticas que, aun ocupando una parte relativamente reducida del área municipal, tienen capacidad de alojamiento para decenas de miles de turistas <sup>13</sup>.

Otro fenómeno que debe destacarse es el de concentración masiva que a veces origina el turismo. Es cierto que el factor «locacional» ha de jugar un papel importante dentro de la industria turística, pero parece exagerado y no conveniente las grandes aglomeraciones que se están produciendo en algunas zonas de nuestro litoral. Un caso conocido es el de la Costa del Sol <sup>14</sup>, en donde los terrenos urbanizados, aun contando las reservas hechas para un período amplio de veinticinco años, no representan más de 35.000

<sup>13</sup> Aunque salga fuera muchas veces del límite del mundo rural, la iniciativa francesa "villa-vacaciones familiares" (V. V. F.) tiene gran interés, habiéndose construido verdaderos pueblos de vacaciones como Seyne-les-Alpes. Sobre este aspecto también hay que destacar la iniciativa de los Albergues Municipales que en 1968 y en el Anuario de Albergues de Francia figuraban 522. Sobre este aspecto es interesante la publicación *Vacaciones en casas de Labranza*, de la Dirección General de Promoción del Turismo y del Servicio de Extensión Agrícola. Madrid, 1968, así como el artículo de Antonio Salvador Chico publicado en la revista de *Extensión Agraria*, Volumen VIII, núm. 1, 1968. En ambas informaciones se hace referencia al convenio establecido entre el Ministerio de Información y Turismo y el citado Servicio de Extensión Agraria, para la promoción de estas actividades turísticas en doce comarcas seleccionadas por sus bellezas naturales y por el grado de organización desarrollado por los agricultores para hacer más grata la estancia a sus huéspedes.

<sup>14</sup> En este aspecto puede citarse el caso de Salou, anejo de Vilaseca, pequeño municipio costero de Tarragona, en donde las urbanizaciones turísticas que ocupan una parte reducida de dicho término municipal tiene una capacidad de alojamiento del orden de las 140.000 personas. El término municipal de Vilaseca apenas es conocido, en tanto que Salou tiene un *slogan* publicitario de altos vuelos ("Salou, playa de Europa"), pero que responde en cierto sentido al mayor conocimiento de la estación de veraneo que ha desdibujado la importancia del término municipal, de carácter exclusivamente agrícola, al que pertenece.

<sup>15</sup> Juan de ARESPACOCAGA, *op. cit.*

hectáreas, es decir, menos del 1 por 100 de la superficie de las provincias que afectan. Evitar estas «aglomeraciones turísticas» mediante una diversificación de las corrientes parece una necesidad ineludible, con el fin de conservar la Naturaleza y el paisaje, al mismo tiempo que evitar conflictos urbanísticos de todo orden.

Puede pensarse que la gran concentración turística determina los mismos o parecidos inconvenientes que las grandes concentraciones industriales. Parece, pues, adecuado plantear el desarrollo turístico teniendo en cuenta las diferentes corrientes y modalidades turísticas: turismo exterior o interior, vacaciones largas o cortas, fines de semana, residencias secundarias, cinturones verdes de grandes ciudades, estaciones de verano o invierno, etc., con el fin de conseguir una mejor y más amplia utilización del espacio. De esta forma podría el turismo incidir en el espacio rural, revitalizando aquellas áreas y comunidades rurales con posibilidades turísticas, evitando la polarización congestiva en tan sólo un reducido número de puntos geográficos.

## ■ Turismo y economía de montaña

El turismo de montaña puede considerarse como un caso especial en la interrelación turismo-agricultura. La Naturaleza adquiere, en las zonas de montaña, una mayor grandiosidad, y, como consecuencia de ello, son muchas las dificultades para obtener la infraestructura y los servicios que el turismo exige para alcanzar un verdadero y sólido desarrollo. La exigencia de una adecuada red de carreteras, el problema del aislamiento de los núcleos urbanos y la dificultad de obtener personal profesionalmente capacitado son algunos de los aspectos que singularizan las zonas de montaña y que la diferencian del turismo multitudinario que accede fácilmente a zonas rurales o que llega al borde del mar a través de grandes autopistas o utilizando comunicaciones ya existentes y que dispone para las atenciones hoteleras con

## AGRICULTURA Y TURISMO

personal residente en la zona o en núcleos urbanos próximos.

En diferentes ocasiones y por distintos organismos internacionales han sido estudiadas las particularidades que ofrecen las zonas de economía de montaña. Es evidente que los problemas que afectan a la regresión de estas importantes áreas geográficas no pueden resolverse sólo a través del turismo. Son extensas zonas, como las estudiadas por ciertos organismos internacionales, como la FAO, para el arco alpino y otras, en las cuales han de arbitrase un conjunto de medidas de distinta índole, entre las cuales y para determinadas circunstancias el turismo puede constituir un factor para su revalorización y desarrollo. El turismo puede ofrecer recursos complementarios a las poblaciones de montaña que permitan, en algunos casos, su permanencia, aun aceptando una fuerte reducción de aquélla.

En íntima relación con las posibilidades de desarrollo del turismo de montaña están los deportes de nieve. Si bien hasta hace poco el esquí podía considerarse como un medio útil de desplazamiento de los rurales, el esquí no se practica hoy día más que como deporte, es decir, como actividad, donde predomina el esfuerzo físico y en el que se confunde el juego con el trabajo, sometido a reglas precisas y dando lugar a manifestaciones de diversa índole, e incluso susceptible de convertirse en una profesión, de las que cabe integrar en el nuevo sector «cuaternario». En el esquí se encuentra la respuesta a una necesidad de actividad gratuita y libre, cuya única razón de ser es el placer que procura; puede concebirse como una síntesis del espacio y tiempo, como una intención de conquistar el máximo espacio en un mínimo de tiempo <sup>15</sup>.

Este juego, esta actividad deportiva, tiene sus límites «espaciales», la montaña, o «temporales», el invierno, y preferentemente los períodos festivos, fronteras que definen económica y sociológicamente las estaciones de deporte de invierno.



A la izquierda: Valle del Tiètar.  
Arriba: Torremolinos.

<sup>15</sup> Placide RAMBAUD, *op. cit.*





Practicar el deporte de esquí implica en muchos casos la realización de un gasto de importancia, por lo que el turista, en este caso deportista, es habitualmente un generador de importantes ingresos.

Las dificultades intrínsecas del medio hacen que la preparación de las zonas de montaña para ejercer el deporte de nieve exijan fuertes inversiones. Es fundamental que las carreteras de acceso se mantengan en buen estado y, en este caso, en condiciones permanentes de utilización. El empleo de máquinas quitanieves, las estaciones protéctoras, los servicios de socorro y de prestación de cadenas, las costosas instalaciones de telesilla y telesquí, la instalación de funiculares, son facetas expresivas de las inversiones que se hacen precisas para promover, primero, y mantener, después, las estaciones invernales. En este aspecto es interesante conocer las experiencias suizas, austríacas o francesas.

Por supuesto que en estos casos la promoción de estas actividades turísticas son extrañas al medio rural e incluso a la propia iniciativa privada. En muchos casos es necesario que la iniciativa privada vaya precedida de una acción estatal, al menos en los primeros años, para que pueda resultar atractiva la inversión de capitales particulares en instalaciones hoteleras y albergues. El acceso por carretera y ferrocarril escapa de las posibilidades de inversión privada, pero tampoco puede cargarse todo el peso de las obras de infraestructura a los presupuestos estatales. Es cierto que en algunos casos el problema, por su incidencia social y económica, puede justificar una participación acusada del Estado. La localización de residencias colectivas, la tendencia hacia la democratización del deporte de nieve y la revalorización de las áreas de montaña son aspectos que deben ponderarse y que justifican la participación y promoción de actividades por parte del sector público. También es importante conseguir la participación de las comunidades rurales para evitar sentimientos de frustración y resolver adecuadamente los problemas relativos a la propiedad y uso del suelo.

Los deportes de nieve ejercen, por otra parte, una gran influencia cultural en la sociedad rural. El

## AGRICULTURA Y TURISMO



La Naturaleza adquiere en la montaña una mayor grandiosidad.

montaje, acondicionamiento y preparación de un espacio para implantar en él «ciudades» temporalmente habitadas, la fabricación de pistas de nieve artificial gracias al «snow-maker», no son solamente hechos técnicos o económicos, sino parte integrante de un sistema cultural creado por la sociedad industrial y difundido por el turismo en la sociedad rural<sup>16</sup>.

Como consecuencia de este proceso de urbanización del medio rural, puede provocarse un cierto antagonismo latente entre la inclusión de costumbres ciudadanas con el resto del territorio que mantiene su organización agraria. La «valorización» urbana del invierno está en oposición con la desvalorización agraria de la parada invernal. Las nuevas actividades y puestos de trabajo que se originan en las estaciones de esquí dan origen, muchas veces, a la presencia de una clase intermedia, resultado del encuentro entre urbanos y rurales. Determinados grupos de agricultores participan en el proceso de urbanización que origina el turismo de montaña. En un principio, son obreros de las obras públicas, que pasan luego, a veces, a ser empleados de hotel o comerciantes y que, con el tiempo, constituyen en las regiones poco desarrolladas una clase socialmente superior a la de los agricultores.

Si bien en el supuesto que estamos considerando, con mayor razón que en otros casos, el turismo crea en estas zonas de montaña un sector de actividad aneja, ya que es obra de extraños —de origen urbano— y secundaria, porque no suscita, o lo hace en muy pequeña escala, la participación directa del agricultor ofrece, sin embargo, múltiples ventajas complementarias, al rentabilizar un espacio poco productivo, al animar una «estación muerta» desde el punto de vista de la actividad agrícola, al proporcionar puestos de trabajo a jóvenes y mujeres y crear fuentes de ingreso anejos y revitalizar y animar la vida de la comarca.

### ■ Parques nacionales y reservas naturales

Existe otro aspecto que pudiéramos también considerar como sin-

<sup>16</sup> Placide RAMBAUD, *op. cit.*



Cumbres nevadas del Teide.

gular dentro de esta interrelación agricultura-turismo, a la que venimos refiriéndonos. Es el relativo a la utilización del espacio con una especial preocupación paisajística y estética y de conservación de la Naturaleza, es decir, todo aquello que se incluye normalmente dentro de la denominación de «Parques Nacionales y Reservas Naturales».

El disfrute del esparcimiento por el hombre urbano tiende cada vez más a realizarse en ambientes naturales. A medida que se va elevando su nivel cultural y aumenta su conocimiento de la Naturaleza, va sintiendo el deseo de apreciar las facetas estéticas que aparecen incluidas en los parajes o paisajes naturales. La satisfacción del turista llega a llenarse muchas veces por su propia identificación con el espacio que lo circunda, y de ahí la aparición de buen número de personas que disfrutan con el vagar a través del bosque o zona pintoresca, recorriendo senderos y caminos con la única finalidad de apreciar lo que van encontrando en su camino. Obedece a la idea de convertir la finalidad del camino en estar en él, en contraposición con la clásica idea de medio para trasladarse de un punto a otro.

En este aspecto de la observación de la Naturaleza por el hombre,

los silvicultores americanos han llegado a realizar estudios de gran interés para descubrir los elementos que constituyen el atractivo de un bosque. Pero es indudable que para la valoración de estos factores estéticos, incluso para que puedan ser catalogados y empleados como factores «standard», como factores de atracción de la Naturaleza, ha de revelarse la existencia de una cultura naturalista y estética originada por los estudios sobre la vegetación o la fauna silvestre y por el repetido contacto con la propia Naturaleza en lugares en que ésta se observa adecuadamente.

En todos los países existe la preocupación de llevar adelante una política de desarrollo de los recursos naturales y estéticos, e incluso se ha llegado a establecer clasificaciones de áreas de esparcimiento que puedan representar un indicio para el aprovechamiento adecuado de las mismas. Dentro de lo que puede ser característico de los parques nacionales, regionales o comarcales, existen clasificaciones que pretenden poner de manifiesto la importancia del impacto estético que ante el visitante produce la Naturaleza. En esta política se pretende compaginar en lo posible el acceso y las comunicaciones con el interior de estos espacios, sin detrimento del escenario natural.

Dentro de esta línea de actuaciones en las Reservas Naturales, la conservación de la vegetación y la fauna en forma no modificada por el hombre constituye su principal objetivo a fines de investigación y estudios bioecológicos. En estos supuestos, el turismo debe ser restringido a determinados niveles, suprimiendo en lo posible los caminos aptos para vehículos y servicios que no representen una colaboración en el trabajo científico. La actividad productiva, tanto de aprovechamiento de las producciones como de la utilización turística, se considera incompatible con el sistema establecido, en cuanto pueda modificar lo ecológico del área.

En la mayor parte de los países y como medida previa al desarrollo de los recursos naturales, tanto a nivel nacional como regional o comarcal, y como base de su utilización turística, es la confección de un inventario de las superficies aptas para estos aprovechamientos. Este inventario debe incluir todas las superficies, tales como bosques, valles pintorescos, riberas, etc., que aparezcan con aspectos naturales de algún interés para el uso turístico, determinando aquellas áreas cuyo valor paisajístico y naturalista de tipo científico o educacional recomienden su reserva como Parques Nacionales.

Ha de hacerse notar en este aspecto que considerar como Parques Nacionales potenciales únicamente las zonas de gran riqueza forestal entra dentro de la educación de los países centroeuropeos o nórdicos, que contrasta con la cultura mediterránea, en donde el concepto de la Naturaleza, incluso los mitos, no van unidos a la selva y a la floresta. En este aspecto sería interesante pensar en ampliación de criterios, muchas veces seguidos hasta la fecha, incorporando zonas en las que la Naturaleza se muestra exuberante o peculiar (*grandes piedras, grandes cañones, volcanes*, etc.). Este deseo de conocer un inventario de los lugares de interés pintoresco o paisajístico que en su día puedan convertirse en Parques Nacionales o Reservas Naturales ha sido objeto de preocupación por los organismos internacionales. El Secretario General de las Naciones Unidas, en febrero de 1961, presentaba al Con-



sejo Económico y Social una declaración, en la que se estimaba de gran interés los Parques Nacionales y la confección de un catálogo general de los mismos. En el siguiente año, la Unesco hizo, asimismo, una importante recomendación relativa a la protección que debe prestarse a la belleza natural del paisaje y a las reservas naturales. Los estados miembros fueron invitados a establecer Parques Nacionales para la educación pública y el esparcimiento, o bien Reservas Naturales parciales o totales, en áreas y zonas protegidas. Como consecuencia de dicha preocupación de las Naciones Unidas, Unesco y FAO, en 1967, se publicó por la «Unión Internacional para la Conservación de la Naturaleza y sus Recursos» la «Lista de las Naciones Unidas de los Parques Nacionales y Reservas análogas», en la que figuran 1.205 territorios de un estudio sobre 136 países <sup>17</sup>.

El inventario, tanto de los Parques <sup>18</sup> como de las áreas con posibilidades turísticas, llevará al conocimiento de las limitaciones que deben establecerse para la conservación de la Naturaleza: el número de turistas no puede ser ilimitado sin que la vegetación y fauna silvestre, primero, y el suelo, después, conozcan los fenómenos de deterioro, de difícil corrección si se ha llegado a una degradación avanzada en el proceso. En este aspecto deben estudiarse para cada punto el número de coches, personas, etc., que es razonable admitir, llegando a soluciones que permitan un control del problema. En muchos casos es necesario sacrificar la comodidad de los visitantes a la mejor conservación de los recursos naturales allí existentes, consiguiendo el disfrute de una naturaleza con la mínima alteración posible. En todo caso habrán de fijarse los límites para los diferentes dominios de interés.

<sup>17</sup> U. I. C. N., *Liste de Nations Unies des Parc Nationaux et Reservu Analogues*, Hayez, 1967.

<sup>18</sup> Por la Dirección General de Montes del Ministerio de Agricultura se ha publicado un resumen informativo titulado *Parques Nacionales Españoles*, Madrid, 1962. Recientemente se ha declarado Reserva Natural el Coto Doñana.

## AGRICULTURA Y TURISMO

Ante la dificultad de creación de auténticos Parques Nacionales o regionales puede ser de interés en muchos casos la movilización de recursos de interés paisajístico o turístico a nivel comarcal. En estos supuestos puede conseguirse una mayor participación de las comunidades locales e integrar este proceso de promoción de parques comarcales en programas de desarrollo rural.

En una primera etapa se pueden movilizar determinados recursos propiedad de los Municipios, abriendo los bosques con una estudiada organización. En este supuesto, los bosques de propiedad pública o privada pueden proporcionar un disfrute al turista, poniendo a su disposición espacios libres con mesas y bancos rústicos y servicios indispensables y con una moderada vigilancia, así como una propaganda adecuada para la observación de la Naturaleza. Tanto en los bosques de carácter público como privado es preciso estudiar las fórmulas de compensación, bien mediante la percepción de entradas, abonos de derecho de aparcamiento, recargos en los precios de los artículos, aparte del establecimiento de unas normas adecuadas para el uso de los mismos.

Las dificultades que representa la explotación forestal con fines turísticos ha determinado en algunos coordinaciones entre los organismos encargados de promover el turismo, la Administración forestal y las corporaciones locales. También se ha pretendido desarrollar el concepto de «ordenación para uso múltiple» del bosque, tratando de hacer compatibles las necesidades de recreo con las de aprovechamiento y conservación forestal. En este aspecto se ha pretendido a veces establecer zonas de especial dedicación, concepto que en algunos casos debe ser relativizado, ya que toda zonificación, tanto urbana como rural, corre los peligros de una especialización excesiva, lo que reduce su uso. Este problema no ha sido resuelto muchas veces adecuadamente en el planteamiento ni en el diseño, no sólo de los parques comarcales, sino tampoco en los nacionales y regionales. En estos últimos, lo que tiene verdadero interés e importancia son las zonas de auténtica



Ariiba: Fenomeno de la segunda residencia. A la derecha: Puerto de Navacerrada.



reserva, en las que sólo podría hacerse uso a efectos de investigación.

En todo caso, debe pretenderse conseguir en estas áreas que se caracterizan por una utilización estética del paisaje y por un deseo de contacto del hombre con la Naturaleza y de la conservación de ésta, una verdadera participación de los visitantes con la flora y fauna del propio bosque, de forma que puedan conocerlas y amarlas. El caso límite en este respeto y este disfrute estético está en las Reservas Naturales, que constituyen un verdadero «santuario» de la Naturaleza <sup>19</sup>.

La declaración de 1970 como Año Internacional de la Conservación de la Naturaleza, junto con el interés demostrado en estos últimos diez años por todo lo relativo a Parques Nacionales y Regionales, hace concebir grandes esperanzas en orden a la promoción y desarrollo de programas de protección de la Naturaleza. Recientemente, en varios países se ha puesto de manifiesto la necesidad de ampliar y desarrollar la política de ordenación del territorio, incluyendo todos los aspectos relativos a la protección de la Naturaleza y de lo que cabría denominar de manera más general como política del medio rural, en donde figurase lo relativo a parques nacionales, residencias secundarias, defensa de elementos naturales y protección de lugares y paisajes pintorescos.

## ■ Consideraciones finales

No cabe duda que el agricultor puede convertirse el día de mañana en «vendedor de vacaciones». La agricultura, decíamos, hasta ahora el arte de cultivar la tierra, poco a poco irá siendo la habilidad de utilizarla con imaginación en el uso que más convenga. Los agricultores propietarios del territorio nacional deben, pues, participar en cuanto se haga para mejorar el espacio rural con estas nuevas finalidades derivadas del ocio y turismo.

<sup>19</sup> Vivantonio PIZZIGALLO, *L'albero e il bosco nella vita moderna*, febrero 1966.



Hasta la fecha, y en la mayor parte de los países, el turismo, la protección de la Naturaleza, la ordenación rural y del territorio han seguido diferentes caminos. En estos momentos parece evidente la necesidad de coordinar el desarrollo en estos y en otros aspectos relativos a la utilización de los recursos y a la revalorización del espacio. Existe la necesidad de poner orden en una región o en una determinada comarca, de atribuir su lugar a cada uno de los factores en competencia sobre el espacio y ensayar el establecimiento entre éstos de una relación lo más armónica posible. La tarea, por supuesto, no es sencilla, pero debe ser preocupación fundamental de todos los que en unos u otros aspectos tratan de promocionar y de desarrollar actividades productivas y que están íntimamente relacionadas en cuanto a su localización e interrelación espacial.

En la riqueza paisajística y variedad de nuestro país, la política de turismo tiene innumerables zonas o territorios de localización no conflictiva, de asentamiento de poblaciones turísticas. Por otra parte, las diferencias que existen en cuanto a posibilidades y gustos de los turistas, de vacaciones largas o cortas, fines de semana, residencia secundaria, etc., ha de permitir el planteamiento de multitud de soluciones que permitan al propio tiempo que un desarrollo del turismo y la mejora de importantes áreas rurales. Realizar una política de coordinación de promoción turística y agraria parece una necesidad apremiante en estos momentos, y con toda seguridad una exigencia ineludible de los próximos años.

El desarrollo del turismo puede y debe servir a la economía de gran número de comarcas agrícolas en cuanto que dicha actividad puede determinar el desarrollo de los niveles culturales y la participación efectiva de la población en ciertos sectores subsidiarios de la infraestructura (construcción, obras públicas,

transportes, comercio interior, artesanía), además de los propios que el turismo promueve o impone.

Con esta panorámica, el desarrollo turístico, dice González Paz <sup>20</sup>, debe programarse como parte de un desarrollo económico general y debe ser incorporado dentro de la economía regional en cuanto puede constituir una acción complementaria en las zonas de economía floreciente y como punta de lanza como sector propulsivo o dinámico en las atrasadas. Es en estas zonas atrasadas en donde la promoción turística al tiempo que la mejora de las estructuras agrarias, del medio rural y de los recursos naturales, pueden revestir el máximo interés.

Se ha dicho <sup>21</sup> que hay muchas cosas dejadas al azar en el turismo europeo, del mismo modo que podría afirmarse que existen muchas cosas dejadas al azar en la agricultura europea. Esto último se ha puesto de manifiesto recientemente con motivo del Informe Mansholt. Tanto en uno como en otro caso, sería conveniente reemplazar la improvisación y el pragmatismo por una planificación adecuada. En este aspecto se requiere una colaboración lo más estrecha posible entre los que trabajan con y para el turismo y los que pretenden servir a los agricultores, colaboración que exige una coordinación a nivel de los diferentes departamentos de la Administración, y un desglose entre lo que pueden ser actividades privadas y públicas.

El objetivo fundamental será siempre el de sacar el mayor partido posible de todos los recursos existentes en un territorio, y entre estos recursos hay que contar con la mayor importancia que cada vez cobrará la demanda turística como consecuencia del mayor tiempo libre que el individuo dispone para su esparcimiento. La finalidad es, al fin y al cabo, contar con el deseo del hombre de establecer un contacto directo con la Naturaleza, equipada para acogerle.



La propensión hacia los espacios naturales es cada vez mayor en el urbanita.

<sup>20</sup> J. GONZÁLEZ PAZ, *Promoción de zonas turísticas, su importancia en la economía regional y en las haciendas provinciales y locales.*

<sup>21</sup> W. HUNZIKER, *Tendencias y perspectivas del desarrollo turístico en Europa*, Año Internacional del Turismo, I. E. T., Madrid, 1968.