

L'evolució del turisme en espais rurals: un estat de la qüestió

Francesc Fusté Forné

Universitat de Girona

researchexperientetourism@gmail.com

Resum

El turisme rural neix com una activitat vinculada als allotjaments rurals i a les pràctiques agrícoles i ramaderes. A poc a poc la pràctica turística en espais rurals es va diversificant i inclou turismes especialitzats relacionats amb la cultura i la naturalesa. L'activitat balneària i els excursionistes van ser els primers a explorar els Pirineus catalans, però no va ser fins l'arribada del turisme de masses en regions de muntanya, amb l'esquí, que les zones propícies dels Pirineus van començar a desenvolupar l'activitat turística, massa vegades vinculada exclusivament al desenvolupament econòmic. Així, la present recerca tracta sobre la literatura vinculada al turisme rural en destinacions de muntanya, els seus inicis i la seva evolució en el context dels Pirineus de Catalunya.

Paraules clau: desenvolupament local, destinacions de muntanya, Pirineus catalans, turisme en espais rurals, Vall de Boí.

Resumen: *La evolución del turismo en espacios rurales: un estado de la cuestión*

El turismo rural nace como una actividad vinculada a los alojamientos rurales y a las prácticas agrícolas y ganaderas. Poco a poco la práctica turística en espacios rurales se irá diversificando e incluirá turismos especializados relacionados con la cultura y la naturaleza. La actividad balnearia y los excursionistas fueron los primeros en explorar los Pirineos catalanes, pero no fue hasta la llegada del turismo de masas a las regiones de montaña, con el esquí, cuando las zonas propicias de los Pirineos empezaron a desarrollar la actividad turística, en ocasiones vinculada excesiva y exclusivamente al desarrollo económico. Así, la presente investigación expone la literatura existente en relación al turismo rural en destinos de montaña, sus inicios y su evolución en el contexto de los Pirineos de Catalunya.

Palabras clave: desarrollo local, destinos de montaña, Pirineos catalanes, turismo en espacios rurales, Vall de Boí.

Abstract: *Tourism evolution in rural areas: a state of the art*

Rural tourism is born as an activity linked to rural accommodation and farming practices. Step by step, the tourist practice in rural areas diversified itself and included specialized culture and nature related activities. Spa users and hikers were the first to explore the Pyrenees, but it was not until the rise of mass tourism in mountain regions –skiing–, when suitable zones of the Pyrenees began to develop tourism, too often linked to economic development excessively and exclusively. Thus, current research deals with the literature in relation to rural tourism in mountain destinations, its beginnings and its evolution in the context of the Catalan Pyrenees.

Keywords: local development, mountain destinations, Catalan Pyrenees, tourism in rural areas, Vall de Boí.

* * *

“Aquest ric paisatge multicolor és dominat majestuosament per aeris campanars que s’eleven cap al cel, símbols famosos d’un grandios pas-sat històric, que des dels temps de l’art romànic fins avui sobresurten en aquesta vall abandonada” (Fritz Krüger)

1. Introducció

Ja l’any 1992, Pearce afirmava que les característiques en les quals es basa el turisme alternatiu –desenvolupament gradual, control local, respecte mediambiental–, no són ja una alternativa sinó l’única possibilitat real “de desenvolupament a llarg termini de tots els productes turístics, sense excepció” (Díez, 2012, p. 376). Casillas (1995), per la seva banda, defineix el turisme especialitzat com la modalitat de turisme en la qual el turista busca aprofundir en el coneixement d’un aspecte específic del territori visitat. En aquest sentit:

“les societats rurals millor desenvolupades seran aquelles que siguin capaces d’organitzar les seves estratègies de desenvolupament al voltant de la revaloració del lloc, del coneixement profund d’allò universal i global i de la pertinença a una comunitat virtual” (Hernández *et al.*, 2013, p. 503).

L’objectiu de la present recerca és, primer de tot, contextualitzar el turisme en espais rurals i diferenciar-lo del turisme rural, sabent que en un primer moment, quan neixen els dos, es podien entendre com un mateix concepte però que amb la consolidació de l’activitat turística i l’aparició dels turismes especialitzats el turisme en espais rurals no és únicament un turisme rural vinculat a l’allotjament. Aquest turisme en espais rurals apareix i es desenvolupa a Europa abans que Espanya, i s’emmarca en espais com el dels Pirineus en general i en valls com la de Boí en particular, el cas que aquí es presenta. En aquest sentit, la Vall de Boí, coneguda internacionalment pel seu patrimoni

romànic declarat Patrimoni de la Humanitat per la UNESCO l'any 2000, exemplifica aquest naixement del turisme en espais rurals i naturals vinculat primer de tot a l'estiueig en estacions balneàries (Caldes de Boí), també de muntanya, i més tard ja a finals del segle XIX a l'excursionisme, donada la singularitat dels espais naturals (Aigüestortes i Estany de Sant Maurici). Als anys seixanta del segle XX el *boom* del turisme de sol i platja es va desplaçar també als Pirineus i les estacions d'esquí van anar envaint la serralada, entre les quals la de Boí Taüll, encara que més tard que la resta (l'any 1990). Actualment, la gran varietat de turismes especialitzats són el *leitmotiv* de les diferents destinacions de muntanya, també a causa de l'elevada competència, però sense que els territoris perdin, mai, la seva identitat i idiosincràsia vinculada tant al seu patrimoni cultural com al natural.

2. Els inicis i l'evolució de l'activitat turística en espais rurals

El turisme rural és aquella activitat turística realitzada en l'espai rural, estructurada per una oferta integrada d'oci i per aquest motiu:

“es pren la denominació de *turisme en espai rural* en un sentit ampli i amb la perspectiva de recollir el màxim d'activitats que s'estan implantant en l'espai rural vinculades a oferir serveis i experiències d'oci i turisme” (Cànoves i Villarino, 2000, p. 53).

Aquesta denominació és la més acceptada per englobar les diferents especialitats turístiques en l'àmbit rural (Crosby i Moreda, 1996, p. 20; López Palomeque, 2008, p. 29; Mediano i Vicente, 2002, p. 30). D'aquesta manera, i malgrat que el turisme rural havia de ser una activitat complementària de l'agroramaderia familiar, “a la pràctica el turisme rural va ser, des del principi, molt més un turisme en espai rural que no un agroturisme” (Jiménez i Prats, 2006, p. 164). Tal i com afirmen Cànoves i Villarino (2000, p. 58), des dels inicis la base del turisme en espais rurals ha estat l'allotjament en cases rurals, encara que les fórmules a Europa eren diverses, “des de la popular i estesa a França del càmping a la granja, fins les caravanes fixes, o bungalows, o les cabanyes a Dinamarca”. Per tant, es parla de turisme en espais rurals, dins del turisme alternatiu o especialitzat, i no de turisme rural perquè el turisme en espais rurals no només inclou el turisme rural pròpiament dit.

“Es pot parlar d'activitats molt variades en el turisme en espais rurals: des del simple allotjament, la restauració, la venda de productes elaborats en les explotacions, activitats complementàries d'oci, prestació de serveis no agrícoles, etc. Les fórmules i figures són innumerables a Europa, i cada país i regió fa èmfasi en una o varies. No obstant això, es poden classificar en base a la etapa de desenvolupament en la qual es troba el turisme en espais rurals.” (Cànoves i Villarino, 2000, p. 56)

Tot i un inici de l'activitat turística en espais rurals vinculat exclusivament a l'allotjament, l'evolució del turisme:

“dóna com a resultat una àmplia combinació de les prestacions i productes mercantils relacionats amb l'agricultura de les zones [...] i la pluralitat de serveis, on ja és més comú acabar abandonant les activitats agrícoles donada la dificultat de combinar-les ambdues” (Cànoves i Villarino, 2000, p. 56).

Perquè l'agricultura per si sola també proporciona un ric patrimoni etnogràfic vinculat, com destaca Díez “a les eines i utensilis, maquinàries i eines agrícoles, oficis i tallers artesanals, forja, canteres, esparts, bodegues, almàsseres, forns, entre altres” (Díez, 2012, p. 382).

“La diferència de la situació de les activitats vinculades al turisme rural a Europa i Espanya, radica que, mentre a França o Anglaterra es troben agricultors que s'han especialitzat com monitors de rutes a cavall, o com a guies de muntanya o expert en la pesca del salmó o guies en descens de barrancs, esquí de fons o cicloturisme, a Espanya les activitats més enllà de l'allotjament a la casa de turisme rural estan poc relacionades amb els mateixos agricultors i són escassos els que s'han especialitzat més enllà de les activitats d'allotjament.” (Cànoves, Herrera i Blanco, 2005, p. 55)

Així doncs, països europeus amb una tradició de turisme rural molt més important que Espanya, com per exemple França, Anglaterra, Alemanya o els Països Baixos, generen situacions on els terrenys agrícoles són ja càmpings permanents, granges eqüestres o parcs d'oci.

“L'agricultor es converteix en promotor d'oci de l'espai rural [...] i aquestes tendències mostren l'evidència cap a una *professionalització turística* que els agricultors que practiquen l'allotjament més tradicional reivindiquen com una imatge de qualitat a ulls dels clients” (Cànoves i Villarino, 2000, p. 56-57).

En aquest cas, la destinació es trobaria ja en una fase de maduresa del turisme en espais rurals.

“El turisme en espais rurals és el resultat d'una conjunció de factors en les societats post industrials, on s'assenten noves tendències de consum recreatiu, que s'han vingut a denominar *postturístiques*, i on els canvis socials i culturals deriven d'un nou imaginari del consum de turisme/oci. [...] És a través d'aquest imaginari col·lectiu que es transforma un lloc neutre en una destinació turística, un exemple d'aquest redescobriments de llocs, des del prisma antropològic i social, és el turisme rural. La conversió i la utilització de l'espai i del patrimoni rural per un ús turístic s'ha fet a través de recórrer a valors com l'autenticitat, la identitat cultural i l'etnicitat.” (Cànoves i Villarino, 2000, p. 66)

Tot i les avantatges que representa el turisme en els espais rurals, la cerca d'un desenvolupament econòmic i sostenible en entorns rurals a través del turisme no deixa de ser problemàtica a causa de la diversitat dels recursos i actors involucrats: el turisme rural depèn d'una àmplia gamma de recursos tant naturals com culturals de propietat pública i privada, una infraestructura associada, així com els serveis vinculats a l'allotjament o la restauració (Cawley i Gillmor, 2008; Fusté, 2012). A més, cal tenir en compte diferents dificultats com:

“l’atomització de les microempreses, les dificultats de crear paquets temàtics, de comercialitzar els productes, de consolidar lobbies d’agricultors, d’obtenir un recolzament decidit de l’administració i de desvirtuar el producte com un més de l’ampli mercat turístic” (Cànoves, Herrera i Blanco, 2005, p. 43).

No obstant això, la tradicional sustentació que abans suposava la producció agrícola ha derivat cap a una nova economia fonamentada en la comercialització de l’espai rural (Boyra *et al.*, 2014). Això fa imprescindible que els processos de dinamització econòmica s’hagin de portar a terme en consonància amb el valor d’identitat del paisatge i dels productes agroalimentaris que proporciona:

“Davant el motlle homogeneïtzador propi de la globalització, els territoris agraris i rurals s’atomitzen, utilitzen la seva identitat diferencial, s’interessen per aconseguir una marca que els hi garanteixi la continuïtat i la pervivència de la seva tradició identitària. La supervivència, en temps de globalització, sobretot en allò referit a espais agraris i rurals, passa pel manteniment de la seva identitat.” (De San Eugenio i Barniol, 2012, p. 436)

La dimensió horitzontal de la integració empresarial en el context rural reflecteix l’heterogeneïtat en la demanda que es realitza en els espais rurals en termes de diversificació sectorial (Marsden i Murdoch, 1998). Així, atès que l’agricultura s’ha anat veient relegada de la seva posició hegemònica en l’economia de les àrees rurals, altres sectors complementaris a aquesta activitat agrícola han anat agafant cada vegada més força, com l’elaboració de productes artesans, la gastronomia o, evidentment, el turisme:

“la millora de les característiques úniques de cada àrea requereix el desenvolupament de les activitats inherents al territori [...] [per tant] el consum de l’espai implica l’apreciació de la idiosincràsia de cada territori, i les zones de turisme rural són especialment riques en cultura, diversitat de paisatges, gastronomia i tradicions” (Cànoves *et al.*, 2004, p. 766-767).

Però no només els aspectes culturals ajuden a transmetre aquesta identitat, com es veurà més endavant. En aquest sentit, “la major part dels primers parcs nacionals ocupen paisatges de muntanya, propicis a l’eclosió de referències patriòtiques. El paisatge es mostra, així, com un instrument eficaç de patrimonialització” (Gómez-Mendoza, 2013, p. 13): el paisatge, la geografia, l’espai rural, com a superfície de projecció de la cultura. D’aquesta manera, les primeres mostres de turisme rural a Europa la representen “l’acollida de turistes a les granges que es va iniciar al Tirol i en l’entorn rural anglès a principis del segle XX sota la forma de *Chambre d’hôtels* i dels populars *Bed & Breakfast* (Cànoves, Herrera i Blanco, 2005, p. 48).

“En una primera fase, fins als anys 60, el turisme rural és simplement allotjament a la *campiña* i representa un fenomen puntual i esporàdic a la major part d’Europa. Aquesta iniciativa es va consolidar en les zones de muntanya, als Alps alemanys, en conjunció amb l’alpinisme i el muntanyisme, al Tirol i la Baviera.” (Cànoves i Villarino, 2000, p. 53)

En el cas de l'Estat espanyol aquesta etapa inicial, vinculada al concepte d'agroturisme (López Palomeque, 2008, p. 29) es va concretar en les vacances en *casas de labranza* dels anys seixanta, “però encara amb una escassa difusió del fenomen” (Cànoves, Herrera i Blanco, 2005, p. 48). El turisme es començava a veure com un instrument per desenvolupar el territori i potenciar el desenvolupament local, de manera que a poc a poc:

“el turisme en espai rural s'intueix com una solució cap a la diversificació de les activitats i les rentes en el medi rural. O el que és el mateix, passa a ser un mitjà per desenvolupar el territori, adquirint així una funció específica: turisme en espai rural com gestió del territori” (Cànoves i Villarino, 2000, p. 54).

Per tant, el desenvolupament del turisme rural a Espanya és més recent que a la resta d'Europa i “sorgeix com a resultat d'una conjunció de factors propis de les societats post industrials, on les tendències de consum recreatiu han evolucionat cap allò que s'ha anomenat *turisme a la carta* (Cànoves, Herrera i Blanco, 2005, p. 42). L'emigració de les àrees rurals a les àrees urbanes va tenir lloc a mitjans dels anys 60 i no va ser fins als anys 80 quan:

“amb la crisi de l'agricultura, un incipient esgotament del model de sol i platja, l'aparició de noves formes de turisme, com el turisme d'interior o el turisme cultural, i una certa pèrdua de les arrels rurals de bona part dels habitants de les grans ciutats espanyoles, és quan es produeix l'eclosió de la moda del turisme rural” (Cànoves, Herrera i Blanco, 2005, p. 64).

Sigui com sigui, el producte turístic en els territoris rurals representa una mercantilització de la història local, la cultura i l'entorn natural (Panyik *et al.*, 2012), de manera que les zones interiors tendeixen a ser dipositàries d'antigues formes de vida i cultures que responen a la recerca postmoderna d'un antídote a la vida urbana (Urry, 2002).

“Només fa dues dècades que la nova generació d'*urbanites* ha nascut i ha crescut en grans ciutats i per tant comença a apreciar de nou el camp [...], i tot i tenir una curta experiència de només vint anys el turisme rural sota el model actual té a Espanya un fort creixement.” (Cànoves, 2005, p. 43)

Tal i com afirma la mateixa Cànoves (2005) hi ha dos factors principals que han contribuït al creixement del turisme rural que han estat el desenvolupament de les zones rurals i la preocupació creixent per la protecció mediambiental dels espais rurals, donada l'experiència dels efectes negatius que el turisme de masses havia produït i produïa. Per la seva banda, a Catalunya el turisme rural va néixer amb l'entrada d'Espanya a la Comunitat Econòmica Europea, “com una forma de compensació als agricultors que veien dràsticament disminuïda la seva activitat agrària, i reduïdes les seves rentes” (Jiménez i Prats, 2006, p. 164). Tot i que Catalunya va ser la primera comunitat que va legislar la figura de l'allotjament rural a Espanya a través del decret 365/1983 de 4 d'agost, és obvi que el turisme rural no representa un volum de negoci

comparable a les destinacions de sol i platja, però sí que és una alternativa potencial per destinacions turístiques en espais rurals, encara que moltes d'aquestes destinacions "malviuen com a molt a base de visitants autòctons del dia durant el cap de setmana i, en tot cas, del turisme escolar i excursions de jubilats" (Jiménez i Prats, 2006, p. 165). Mentre el turisme de sol i platja havia evolucionat a velocitat de creuer, el turisme d'interior va tardar més en incorporar-se al boom turístic, i, excepte les urbanitzacions de segones residències, com es veurà més endavant en el mateix cas de la Vall de Boí, en una dimensió molt més reduïda i basant-se fonamentalment en el turisme autòcton, la qual cosa segueix passant en l'actualitat (Fusté, 2013).

Segons Font (2011, p. 48) es poden distingir tres fases en l'evolució històrica del turisme als Pirineus, i la primera d'elles s'inicia a la segona meitat del segle XIX i es vincula al primer turisme burgès associat generalment a les estacions balneàries i a l'estiueig, encara que les primeres referències a aquest són anteriors. Així mateix, el territori català i en concret les zones de muntanya van veure's impulsades a la vegada per l'excursionisme, un excursionisme català que va néixer a l'últim quart del segle XIX, "a l'aixopluc de dues influències: els clubs alpins europeus i els ideals patriòtics del moviment regionalista de la Renaixença":

"L'excursionisme fa efectiva a Catalunya, per primera vegada, l'equació fonamental de tota activitat turística: desplaçament per oci. I, finalment, perquè incorpora a l'imaginari col·lectiu una zona que després tindrà una gran importància en la configuració turística de Catalunya: els Pirineus i, específicament, el Pirineu català. Fins ben entrat el segle XX, el Pirineu català és terra ignota, una muntanya massa salvatge com per presentar algun atractiu per la civilitzada població de la plana." (Jiménez i Prats, 2006, p. 154)

Entre els excursionistes més coneguts hi va haver Jacint Verdaguer, però també altres artistes com Antoni Gaudí van fer estades als Pirineus catalans que els van servir com a font d'inspiració de les seves obres. Ara bé, i tot i que el Pirineu català va ser durant molts anys patrimoni dels excursionistes i d'alguns aristòcrates i burgesos, "si els excursionistes van recórrer el país amb afanys patriòtics, culturals i esportius, la medicina higienista va propiciar un altre tipus de descobriment i colonització, per dir-ho així, més sedentari" (Jiménez i Prats, 2006, p. 155), i vinculat a una activitat balneària documentada de fa segles ençà, com en el cas de l'estació balneària de Caldes de Boí. Però és l'expansió i consolidació de l'excursionisme el que comporta el primer desenvolupament turístic pirinenc i a principis del segle XX "les entitats excursionistes impulsen el desenvolupament de l'esquí i els esports d'hivern amb la celebració de les primeres competicions al Pirineu català" (Font, 1999, p. 49).

Posteriorment, a partir dels anys seixanta el turisme de masses s'havia començat a desenvolupar sobretot en les zones litorals del país, i a poc a poc aquest turisme de masses es va desplaçar també a les zones de muntanya, a les estacions d'esquí (Font, 2011; López Palomeque, 1994). La gran incorporació

de les regions de muntanya al turisme de masses es va produir, doncs, gràcies a l'esquí: "el motor turístic del Pirineu és l'esquí, l'esquí alpí. Per tant, el turisme al Pirineu es desenvolupa fonamentalment on hi ha estacions d'esquí" (Jiménez i Prats, 2006, p. 159). Després, el desenvolupament d'aquest turisme hivernal ha permès que s'implantessin altres tipologies de turisme com el turisme rural i el turisme d'aventura. Ara bé, el problema de l'estacionalitat del turisme de muntanya al Pirineu català "ha sigut tanta o més gran que la del turisme de sol i platja":

"Una oferta de muntanya basada fonamentalment en l'esquí alpí, amb estacions poc atractives en general, i un impacte urbanitzador més que considerable, amb infraestructures hoteleres infrautilitzades i una forta estacionalitat, agreujada per l'estricta dependència i imprevisió dels factors meteorològics, i també amb una escassa oferta complementària." (Jiménez i Prats, 2006, p. 160)

Tal com també destaca Font (2011, p. 50), es tracta d'un creixement desequilibrat territorialment donat que es desenvolupa bàsicament en les zones d'alta muntanya de característiques alpines, on és possible construir les estacions d'esquí, i provocant en la resta dels Pirineus "processos irreversibles de marginació territorial i de decadència econòmica i demogràfica". Aquesta dependència i estacionalitat causada per l'esquí al llarg de la major part de la serralada dels Pirineus té com a conseqüència que les diferents zones dels Pirineus catalans hagin de diversificar l'oferta buscant un millor posicionament de mercat i en aquest sentit el patrimoni tant cultural com natural és el motiu de compra principal dels productes turístics pirinencs.

"L'impuls cap a la diversificació de l'oferta l'estan donant els joves que, un cop han consolidat l'oferta d'allotjament, opten per activitats complementàries que permetin oferir un conjunt temàtic variat i consolidi el turista a la zona." (Cànoves, Herrera i Blanco, 2005, p. 55)

Com es deia anteriorment i en la seva etapa inicial, el turisme rural es basava gairebé de forma exclusiva en l'allotjament, però el turisme en espais rurals s'orienta irremeiablement i cada vegada més cap a productes especialitzats, com per exemple la *Ruta del romànic a la Vall de Boí*:

"les més avançades en la línia són les que van començar abans el turisme rural, com Navarra, Astúries, Catalunya i Galícia, on ja es poden trobar productes més sofisticats i intents de segmentar l'oferta, com els de Naturalesa i Art al Pirineu Català" (Cànoves i Villarino, 2000, p. 62).

Jiménez i Prats també destaquen la Vall de Boí en un doble sentit: per un costat la capacitat d'atracció del Parc Nacional d'Aigüestortes i Estany de Sant Maurici; i per l'altre:

"en determinades zones, recursos especialment notables del patrimoni cultural, del patrimoni natural, més esquí i turisme actiu, permeten desenvolupar una oferta localitzada d'unes dimensions respectables, com és el cas de Boí Taüll Resort, una urbanització i complex hotelier ubicat a la Vall de Boí" (Jiménez i Prats, 2006, p. 163).

D'acord amb el que s'ha observat en les línies anteriors, els primers turistes van arribar a la Vall de Boí en relació amb les estacions balneàries (Moyes, 2010), i després vinculats amb l'excursionisme:

“Tradicionalment els principals recursos turístics de la Vall de Boí havien estat els banys termals del balneari de Caldes de Boí i l'excel·lent qualitat del seu paisatge natural que formen les valls del seu entorn, amb l'atractiu de comptar amb l'únic parc nacional de Catalunya, Aigüestortes i Estany de Sant Maurici [...]. Les aigües termals, l'art romànic i la bellesa del paisatge van ser durant anys els únics reclams turístics d'aquesta vall, que va sofrir una profunda transformació amb l'arribada del turisme de la neu.” (Gili, 1999, p. 1)

Com destaquen Cànoves, Herrera i Blanco (2005, p. 44) el turisme rural correspon al turisme de les tres P, és a dir, patrimoni, paisatge i productes agrícoles. En aquest sentit, un tema important és la convivència en un mateix territori d'un turisme de masses –com és el de la neu–, i d'un turisme cultural, donada la confrontació d'interessos entre els agents que intervenen en la creació d'un turisme de masses i la preservació del patrimoni. D'aquesta manera, a partir de la segona meitat del segle XX el turisme de masses arribà a les regions de muntanya de la mà de les estacions d'esquí; primer a la vessant nord dels Pirineus, a França, i després a la vessant sud, a Catalunya (Font, 2011). Tot i així, tal com s'afirma a *l'Atles del turisme a Catalunya* (2009), la construcció de la major part d'estacions d'esquí pirinenques es vincula més a un desenvolupament paral·lel del sector immobiliari a través de les segones residències que no pas al propi desenvolupament de l'activitat turística.

En l'actualitat, tal com afirma Font (2011), el turisme pirinenc es caracteritza per un estancament del turisme de muntanya tradicional, encara vinculat i depenent de l'esquí i els esports d'hivern. El turisme en espais rurals en general i en zones de muntanya en particular com és el cas de la Vall de Boí es nodreix dels desplaçaments de cap de setmana, o vacances curtes, gràcies a la relativa proximitat dels grans nuclis urbans, com Barcelona, com a focus emissor en el cas de Catalunya. El gran problema del turisme en espais rurals és l'estacionalitat sumada a altres factors com:

“un cert estancament de la demanda, que cada vegada té més ofertes de turisme rural – natural en llocs allunyats i exòtics, un mercat més competitiu i uns consumidors més exigents que valoren l'escenari del medi rural, però exigeixen les infraestructures i la professionalització dels serveis” (Cànoves i Villarino, 2000, p. 54).

No obstant això, com destaquen les mateixes Cànoves i Villarino, per exemple a França, la zona de Poitiers aconsegueix que algunes cases del turisme en espais rurals assoleixin trenta-cinc setmanes d'ocupació, combinant la ja tradicional dels caps de setmana amb ofertes atractives durant els dies laborals per grups específics d'escolars, tercera edat i discapacitats:

“En el futur el turisme rural a Espanya ha de comercialitzar-se amb uns distintius de qualitat unificats i organitzats de forma homogènia per les comunitats autonòmiques.

La falta de clients estrangers respon, en part, a les dificultats de comercialitzar un producte únic i clar. No es pot continuar amb la diversitat de denominacions [...] encara que les particularitats regionals, les tematitzacions dels territoris, i dels productes, una gastronomia i productes amb denominació d'origen, són una bona garantia per la creació d'un turisme rural consolidat i reconegut al nostre país i a Europa.” (Cànoves, Herrera i Blanco, 2005, p. 56)

És important la conversió de les estacions d'esquí en estacions de muntanya que puguin oferir productes tant a l'hivern com a l'estiu i tenir en compte que destinacions dels Pirineus catalans com per exemple la Vall de Boí es troben davant:

“un turista policonsumidor d'experiències donat que en un mateix cap de setmana pot ser esquiador, senderista, gastrònom, degustador i comprador de productes locals, visitant d'un centre d'interpretació vinculat a la història o la cultura local, client d'un centre de *wellness* i fins i tot comprador d'un centre comercial” (Font, 2011, p. 56).

3. Conclusions

L'etapa que el turisme com a principal sector econòmic mundial viu en l'actualitat amb l'aparició i la consolidació de nous productes i noves destinacions fa que els Pirineus catalans ja no només competeixin amb els Pirineus aragonesos o francesos sinó que també ho fan amb destinacions de muntanya més llunyanes com poden ser els Carpats, Escandinàvia, Lapònia o fins i tot Argentina, Xile o Nova Zelanda. L'abaratiment del transport aeri i les noves tecnologies fan que la competència entre destinacions, també d'espais rurals i de muntanya, sigui creixent i global. D'aquí es deriva, segons Font (2011), la constant necessitat de diversificar i ampliar l'oferta turística amb productes que responguin a les noves demandes del mercat.

“La gastronomia, el comerç, les festes i actes culturals, l'oferta d'activitats esportives o de gaudi de la naturalesa, tot això, en conjunt, hauria de conduir a millorar l'oferta turística, amb una divisa reversible; millorar l'oferta turística és millorar la qualitat de vida; millorar la qualitat de vida és millorar l'oferta turística. La situació és semblant en l'àmbit del turisme de neu i de muntanya, on s'hauria de discutir la viabilitat, en molts sentits, de les estacions d'esquí, sobretot quan són únicament l'ham d'una operació immobiliària a més o menys gran escala.” (Jiménez i Prats, 2006, p. 173)

El que ha d'importar no és el creixement a qualsevol preu sinó el desenvolupament sostenible dels recursos paisatgístics, culturals, socials i territorials a llarg termini: “l'espai rural i els seus habitants reclamen deixar de ser el pati del darrere de les ciutats, el jardí dels *urbanites*, l'espai d'esbarjo dels estiuejants de cap de setmana i reivindiquen el seu paper de conservació social i mediambiental del territori” (Cànoves, Herrera i Villarino, 2005, p. 76). O un calaix de sastre, com l'anomena Díez (2012, p. 392). En això és imprescindible tenir en compte la identitat dels territoris, el seu paisatge

(Nogué, 1989), vinculat en conseqüència tant a l'espai natural com a la idiosincràsia cultural, perquè “un element de singularitat d'un territori per excel·lència, és la manifesta i necessària exaltació de la identitat local en temps de globalització” (De San Eugenio i Barniol, 2012, p. 435-436).

“Disposar de serveis de qualitat que responguin a les exigències del nou turista; respectar i mantenir la qualitat del paisatge i els atractius naturals de la muntanya; respectar i posar en valor la identitat i la cultura de la muntanya, a través del seu patrimoni cultural tant tangible (monuments, productes locals, artesanía, gastronomia) com intangibles (personatges, llegenda, mites i tradicions). Identitat i autenticitat són avui per avui valors turístics en alça.” (Font, 2011, p. 58)

Com es deia al principi, la globalització no ha de significar la desaparició de l'àmbit local. “Al contrari, amb ella el concepte de desenvolupament rural-local ha anat evolucionant fins arribar a l'enfocament de desenvolupament territorial” (Hernández *et al.*, 2013, p. 503), que ha de ser la base per al desenvolupament de la pràctica turística sostenible.

Bibliografia

- BOYRA AMPOSTA, Josep; Francesc FUSTÉ FORNÉ; Gemma MOLLEVÍ BORTOLÓ [ed.] (2014). *Creació i comercialització de productes turístics*. Barcelona: Escola Universitària Formatic Barcelona.
- CÀNOVES, Gemma; Montserrat VILLARINO (2000). “Turismo en espacio rural en España: actrices e imaginario colectivo”. *Documents d'Anàlisi Geogràfica*, núm. 37, p. 51-77.
- CÀNOVES, Gemma; Luis HERRERA; Asunción BLANCO (2005). “Turismo rural en España: Un análisis de la evolución en el contexto europeo”. *Cuadernos de Geografía*, núm. 77, p. 41-58.
- CÀNOVES, Gemma; Luis HERRERA; Montserrat VILLARINO (2005). “Turismo rural en España: paisajes y usuarios, nuevos usos y nuevas visiones”. *Cuadernos de Turismo*, núm. 15, p. 63-76.
- CÀNOVES, Gemma; Montserrat VILLARINO; Gerda K. PRIESTLEY; Asunción BLANCO (2004). “Rural tourism in Spain: an analysis of recent evolution”. *Geoforum*, núm. 35, p. 755-769.
- CASILLAS, José C. (1995). “El turismo alternativo como sistema integrado: Consideraciones sobre el caso andaluz”. *Estudios turísticos*, núm. 125, p. 53-75.
- CAWLEY, Mary; Desmond A. GILLMOR (2008). “Integrated Rural Tourism: Concepts and Practice”. *Annals of Tourism Research*, núm. 35 (2), p. 316-337.
- CROSBY, Arturo; Adela MOREDA (1996). *Desarrollo y gestión del turismo en áreas naturales-rurales*. Madrid: Centro Europeo de Formación Ambiental y Turística.
- DE SAN EUGENIO, Jordi; Montse BARNIOL (2012). “Marcas territoriales y desarrollo local en la Cataluña interior. Estudio de caso: *Territoris serens* (el Lluçanès)”. *Documents d'Anàlisi Geogràfica*, núm. 58 (3), p. 417-439.
- DÍEZ SANTO, Daniel (2012). “Los turismos de interior: un enfoque desde la dimensión de las modalidades turístico-recreativas”. *Documents d'Anàlisi Geogràfica*, núm. 58 (3), p. 373-396.
- FONT, Jaume (2011). *Turismo y políticas turísticas en el Pirineo catalán*. Barcelona: Departament de Geografia Física i Anàlisi Geogràfica Regional, Universitat de Barcelona.

- FUSTÉ FORNÉ, Francesc (2012). "El turisme en regions de muntanya. Introducció al medi físic i humà de la comarca del Pallars Sobirà", dins: A. ALVADO, A. BESOLÍ, J. BOYRA i F. FUSTÉ. *El Pallars Sobirà com a destinació turística* (vol. I). Barcelona: Escola Universitària Formatic Barcelona, Astro Uno.
- (2013). "La Vall de Boí: pòquer de recursos i procedència del visitant". *Actes de la Universitat d'Estiu "Catalunya davant els reptes del mercat turístic internacional"*. Barcelona: Escola Universitària Formatic Barcelona.
- GENERALITAT DE CATALUNYA (2009). *Atles del Turisme a Catalunya*. Barcelona: Generalitat de Catalunya.
- GILI FERNÁNDEZ, Mercè (1999). *Conservación del patrimonio y turismo de masas: el caso de un municipio de montaña. Vall de Boí (Catalunya)*. Barcelona: PS96-0050 CICYT.
- GÓMEZ-MENDOZA, Josefina (2013). "Del patrimonio paisaje a los paisajes patrimonio". *Documents d'Anàlisi Geogràfica*, núm. 59 (1), p. 5-20.
- HERNÁNDEZ, M. Luz; Ana CASTELLÓ; M. Pilar ALONSO; Ángel PUEYO (2013). "Innovación y desarrollo endógeno en áreas rurales: el caso del Somontano de Barbastro (Huesca, España)". *Documents d'Anàlisi Geogràfica*, núm. 59 (3), p. 501-522.
- JIMÉNEZ, Sole; Llorenç PRATS (2006). "El turismo en Cataluña: evolución histórica y retos de futuro". *PASOS Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, núm. 4 (2), p. 153-164.
- LÓPEZ PALOMEQUE, Francisco (1994). "Turismo de invierno y estaciones de esquí en el Pirineo catalán", dins: *Nuevas modalidades de turismo y sus efectos económicos*. Formigal-Jaca: Cursos de Verano, Universidad Internacional Menéndez y Pelayo (UIMP), p. 19-39.
- (2008). "Delimitación conceptual y tipologías del turismo rural", dins: José I. PULIDO FERNÁNDEZ [ed.]. *El turismo rural. Estructura económica y configuración territorial en España*. Madrid: Síntesis.
- MARSDEN, Terry; Jonathan MURDOCH (1998). "The shifting nature of rural governance and community participation". *Journal of Rural Studies*, núm. 14 (1), p. 1-4.
- MEDIANO, Lucía; M. Azucena VICENTE (2002). "Análisis del concepto de turismo rural e implicaciones de marketing". *Boletín Económico de ICE*, núm. 2741, p. 25-36.
- MOYES FARRERO, Albert et al. (2010). *Cuina i terra de la Vall de Boí*. Barcelona: Meteora.
- NOGUÉ i FONT, Joan (1989). Paisaje y turismo. *Estudios Turísticos*, núm. 103, p. 35-45.
- PANYIK, Emese; Carlos COSTA; Tamara RÁTZ (2012). "Implementing integrated rural tourism: An event-based approach". *Tourism Management*, núm. 32, p. 1352-1363.
- PEARCE, Douglas G. (1992). "Alternative Tourism: concepts, classifications and questions", dins: Valene SMITH; William R. EADINGTON [ed.]. *Tourism Alternatives: Potentials and Problems in the Development of Tourism*. Filadelfia: University of Pennsylvania Press.
- URRY, John (2002). *The Tourist Gaze*. London: Sage.