

EVALUACIÓN DE LA ADAPTACIÓN AL USO TURÍSTICO DE LOS RECURSOS CULTURALES EN BOCAIRENT: CUANDO LA GESTIÓN VA MÁS ALLÁ DE LA PROMOCIÓN.

Ana Laura Garrido Molina

alagamo@alumni.uv.es

Universitat de València

Graduada en Turismo y Máster en Dirección y Planificación del Turismo en la especialidad de Gobernanza de Destinos por la Universitat de València. Desde 2011 hasta la actualidad, desarrolla su actividad profesional en el área de alojamientos turísticos.

Rubén Arnandis i Agramunt

ruben.arnandis@uv.es

Universitat de València

Graduado en Turismo, Máster en Dirección y Planificación del Turismo y Máster en Técnicas para la Gestión del Medio Ambiente y del Territorio por la *Universitat de València*. Especializado en Planificación y Gestión Pública del turismo, ha desarrollado su actividad profesional como consultor y técnico en diferentes niveles de las administraciones públicas (locales, provinciales y autonómicas). Desde 2010 es profesor asociado en el Departamento de Geografía de la Facultat de Geografia i Història de la Universitat de València. Desde 2011, desarrolla el papel de Coordinador de la *Associació de Professionals en Turisme de la Comunitat Valenciana* (PROTECTUR)

Resumen

La planificación del turismo, más allá de la puramente económica, es ahora más que nunca la “colaboradora necesaria” de los destinos turísticos. No solo porque el turismo presenta características que hace necesaria la intervención pública, también por los desafíos a los que se enfrentan (tendencias de mercado más innovadoras, cambios tecnológicos drásticos y rápidos, impactos negativos de la actividad). Los destinos deben mirar hacia el futuro y entender que la gestión de la materia prima sobre la que se va a desarrollar la actividad turística requiere necesariamente de una adaptación de uso pues los recursos, por el mero hecho de existir, no son turísticos sino que es una propiedad que se les atribuye. Esta investigación desarrolla una metodología para analizar la adaptación de los recursos al uso turístico, aplicada al caso de Bocairent (Valencia). Los resultados muestran una adaptación básica de sus recursos culturales, si bien existen matizaciones en algunos de ellos.

Palabras clave: *adaptación al uso, planificación turística, recurso cultural.*

Key words: *adaptation to use, tourism planning, cultural resource*

1. Introducción

Si bien puede pensarse que la singularidad, la monumentalidad o la historia son aspectos claves en el camino hacia la satisfacción del visitante que visita el patrimonio cultural, parece que existe un descuido, inconsciente o no, en el que se obvia que para que la experiencia turística sea plena es necesario dotar a los recursos de cierta "adaptación". El objeto de estudio de esta investigación se centra en los recursos culturales del municipio de Bocairent y tiene como finalidad comprobar si tales recursos están adaptados al uso turístico. Así pues la investigación presente se sustenta en la hipótesis de que los recursos culturales de Bocairent sí están adaptados a la visita turística.

La elección de este municipio radica en dos aspectos: se trata de una localidad pequeña (de alrededor de 4.500 habitantes¹) y, en menos de una década hasta la actualidad, está desarrollando una planificación de la actividad turística en su territorio. A través de programas de ayuda para la adaptación al uso de los recursos y la rehabilitación de muchos edificios históricos del municipio, parece que está poniendo de manifiesto su capacidad de atracción de visitantes, aunque de momento el perfil del visitante al municipio es de carácter excursionista o turista de fin de semana.

Esta investigación se ha llevado a cabo en distintas fases. La primera se ha centrado en la revisión de la literatura para presentar los conceptos y teorías existentes en torno a por qué el Turismo es una buena herramienta de desarrollo regional, la planificación territorial como marco idóneo para ese desarrollo, las particularidades del Turismo en las áreas rurales, las acepciones sobre recurso, recurso turístico y recurso cultural; y finalmente presentar el marco teórico de la adaptación al uso turístico de los recursos.

En una segunda fase se ha planteado la creación de un índice para medir la adaptación al uso turístico de los recursos culturales, a partir de la identificación de dimensiones, indicadores y variables, utilizando en su creación las aportaciones de organismos oficiales y académicos. Tras el estudio de campo, en la tercera fase se revela el resultado del análisis en forma de conclusiones finales.

2. Algunas reflexiones previas

Antes de introducirse en el marco conceptual, resulta adecuado desterrar algunos mitos asociados al turismo pues, solo de este modo, se tendrá una comprensión más real de lo expuesto a posteriori.

Si se toma como referencia la definición de la Organización Mundial del Turismo (OMT) y se sintetiza a su mínima expresión se observa que: a) se trata de personas que se desplazan de su entorno habitual, b) por un tiempo inferior a un año y, c) por cualquier motivo que no sea obtener una remuneración en destino. A primera vista es obvio entender que el turismo es pues una actividad social, pues la realizan las personas. Una segunda lectura a esta definición advierte que estas

actividades se realizan "fuera del lugar de residencia habitual" por lo que el desplazamiento a otro territorio resulta un hecho clave para que la actividad de ocio se identifique como turística. De ahí que se hable de la espacialidad del turismo, pues son las personas y no los productos los que se desplazan. Finalmente, estas personas realizan actividades con el objetivo de satisfacer sus motivaciones de ocio.

Sin embargo, existen dos aspectos que no son expuestos abiertamente en la definición y que resultan claves en la comprensión del hecho turístico. El primero que las motivaciones de quienes se desplazan están conectadas directamente con los recursos turísticos, la materia prima de la actividad turística, y que sin ellos el turismo no tendría existencia.

El segundo aspecto reside en que puesto que las personas deben desplazarse a otro territorio con el objetivo de visitar recursos turísticos, se genera en "destino" el desarrollo de servicios que sirven para atender las necesidades (básicas y recreativas) de los foráneos, pero no son la razón por la cual se viaja. Por lo tanto, el concepto económico subyace como respuesta a los dos anteriores: las personas (lo social) y los recursos (lo territorial).

Así pues, y como ya indicaron en su momento autores como Barrado (2001) o Vera et al. (2011) el turismo es ante todo *una actividad social, de base territorial generadora de actividad económica*, desterrando así esa visión tan económica que el turismo siempre ha venido mostrando.

3. La planificación territorial turística: ¿un marco de acuerdo?

Dado que el territorio es el lugar de producción y consumo del producto turístico, hoy en día, y más que nunca, la planificación del turismo centrada en el territorio resulta más que una simple necesidad. (Barrado, 2001).

Según López Palomeque (1999) *la complejidad del producto y la dificultad de percibir sus límites y separarlo del resto de los elementos que cumplen un papel en la experiencia turística, supone que se acabe asociando el producto al destino, entorno o lugar en el que se consume*. De esta manera, se está ante un fenómeno que permite a los visitantes, "consumir" no solo el producto, sino además, el ámbito territorial donde se ofrece, espacio y servicios que son compartidos con los residentes. Por ello, su planificación debería ser entendida al mismo tiempo como una realidad sectorial y territorial y por ello, *se apunta la necesidad de establecer cauces conceptuales, legislativos y técnicos adecuados para la ordenación del espacio turístico, convertido ya no solo es una necesidad territorial y ambiental, sino también en una exigencia ineludible para el correcto funcionamiento del sector turístico* (Barrado, 2001). Se plantea pues, debido a la estrecha vinculación entre la actividad turística y el territorio, el establecimiento de un vínculo en la ordenación del territorio como oportunidad

para el desarrollo del turismo y la planificación turística como una política vertical dirigida a la ordenación de los aspectos sociales, medioambientales y económicos. El argumento es sencillo: comparte el objeto común de la utilización racional del espacio y sus recursos. Así, ordenar el espacio turístico implicaría, por un lado, seleccionar una alternativa socioeconómica de entre todas las posibles y por otro, promover un modelo territorial acorde con la opción elegida. De este modo no sólo serviría para planificar físicamente la actividad turística, sino también para facilitar la creación de productos turísticos. (Vera et. al 1977)

Sin embargo, los problemas de fragmentación en la planificación local, tomando una visión parcial y poco integradora de la actividad turística, deja de lado el turismo en aquellos procesos que debería estar presente. En esta línea, Quero (1994, en Barrado 2001), considera que los productos turísticos se expresan en forma de piezas territoriales, y la planificación y producción de un destino solo puede hacerse con un entendimiento correcto del conjunto de las piezas-producto que lo conforman. Añade, además, que es esta es la única manera posible de concebir destinos coherentes, bien integrados y diversificados.

Otro de los grandes problemas en la planificación e integración del territorio es la descoordinación entre la política territorial y la sectorial. Existe una clara preferencia hacia la perspectiva sectorial, relacionada directamente con la planificación económica (puesto que resuelve a priori los problemas inmediatos) pero deja en un segundo plano, para un plazo posterior, la perspectiva territorial. Estas diferencias han propiciado la descoordinación entre ambas visiones, dificultando así la consecución de una mirada integradora de ambas políticas. No se aboga, lamentablemente, por una perspectiva transversal, que sea capaz de integrar ambas planificaciones y en diferentes niveles, con el objetivo de mantener sus características particulares y sus intereses y focos de atención preferentes.

Si el turismo tiene como base el territorio, por ser donde se materializan los deseos de los visitantes, se debería abogar por una perspectiva integradora que permita incorporar el desarrollo turístico con el resto de los sectores bajo un modelo general de uso del suelo y aprovechamiento de recursos. Finalmente, no puede obviarse que se presenta también el problema de la diferente capacidad vinculante de la planificación y de la rigidez de sus métodos y procesos. Frente a esto, Antón y Vera (1998) proponen la planificación estratégica como un instrumento que permite afrontar la complejidad de las dinámicas económicas, sociales y territoriales del turismo, estableciendo el marco general para el desarrollo de la actividad. La OMT (1994), señala que ésta se caracteriza por estar orientada a situaciones futuras de cambio y a cómo responder a estos cambios desde el punto de vista organizativo. Otros autores, hacen incidencia en la problemática de aplicar este tipo de planificación. En este sentido, Middleton y Hawkins (1998) señalan como principal razón de estos problemas la diferencia de actitud entre la administración pública

local, la cual posee los recursos y la autoridad para planificar, pero por el contrario, no tiene la voluntad para hacerlo o si lo hace, parece más bien que responde a unos objetivos cortoplacistas frente a una visión a largo plazo.

Se debería apostar por tanto por un marco global de implantación del turismo, concebido desde una perspectiva amplia tanto en lo referido a su establecimiento como a los métodos y procesos de producción. Siempre, eso sí, tratando de conectar las políticas territoriales con las turísticas, para con ello, conseguir la obtención de modelos de planificación coherentes y conectados en los aspectos sectoriales de la ordenación del territorio.

En los principios de la sostenibilidad surgidos de la Cumbre de Río 92, se marcó la importancia que para el turismo tienen los aspectos ambientales, pero también el concepto de recurso como referente final del proceso de planificación y, por tanto, la necesidad de ordenar su uso y conservarlo. Se puede afirmar con rotundidad que, en la actualidad, ante las nuevas demandas y formas de producción turísticas que se dan en nuestra sociedad, se convierte en un reto de ineludible solución para la recualificación y el desarrollo de nuevos destinos, la adecuación en la implantación del turismo para afrontar las necesidades territoriales y ambientales. De esta forma, además, se establecerán sinergias que permitirán la construcción de productos y destinos turísticos atractivos sostenibles.

Cuadro 1. Fines de la Planificación Turística

1.	Establecer los objetivos del desarrollo turístico y las políticas para alcanzarlos
2.	Garantizar la conservación presente y futura de los recursos turísticos
3.	Integrar los objetivos del turismo con las restantes políticas de desarrollo socioeconómico
4.	Ofrecer una información veraz y útil a la toma de decisiones
5.	Coordinar los elementos del sector turístico
6.	Optimizar los beneficios sociales, ambientales y económicos
7.	Favorecer la coordinación público-privada
8.	Facilitar el marco institución para el desarrollo de la planificación y gestión turística
9.	Generar una evaluación continua de la gestión turística

Fuente: OMT (1978)

En palabras de Sautler y Leisen (1999), la actividad turística desarrollada correctamente en una visión integradora del territorio en cuanto a su espacio y recursos, es una fuerza activa que tiende a maximizar los rendimientos positivos de la comunidad a la vez que minimiza los costos impuestos sobre la cultura y el medio ambiente a nivel local y regional. Y no sólo esto, sino que la utilización óptima de los recursos, incluido el suelo y el espacio, minimiza los riesgos. En este sentido, las políticas públicas y la correcta planificación y gestión del territorio juegan un papel principal, ya que el espacio turístico debe planificarse con la idea de ser compatible con otros usos y para reducir su excesivo consumo.

Desde un punto de vista general, la planificación se concibe pues como una herramienta

para la definición de objetivos y los medios para su consecución. Aplicado al ámbito que se investiga en este trabajo, podemos definir la planificación turística como la forma de gestión que integra la ordenación del territorio junto a políticas sectoriales de la actividad turística, abogando siempre por el desarrollo conjunto, equilibrado y sostenible del territorio, con el objetivo de hacer frente al día a día de su desarrollo como destino turístico.

Por su parte, la OMT (2004) sostiene que la planificación turística en diferentes escalas — internacional, nacional, regional, local y de sitio— es fundamental para alcanzar el éxito en el desarrollo, gestión y manejo de la actividad. Asimismo, *todo proceso de planificación turística responde a ciertas fases concretas, que son: organización y preparación del plan, investigación y análisis, formulación de propuestas (objetivos, estrategias, actuaciones, recomendaciones, etc.), ejecución, y seguimiento de control* (Ivars, 2003). Estas fases son a modo orientativo, ya que cada plan, dependiendo de las motivaciones que persiga, puede contener notables variaciones, siendo este el motivo principal por el que existan influencias tan dispares sobre los planteamientos y resultados de los procesos.

Figura 1 – Proceso básico de planificación territorial del turismo

Organización y preparación del plan
Investigación y análisis
Diagnóstico
Formulación de propuestas
Objetivos
Estrategias
Actuaciones
Seguimiento y control

Fuente: Ivars, 2003

Bien es cierto que bajo esta estructura, existen diversos enfoques en torno a la planificación del turismo, los cuales se sintetizan en lo que se denomina *tradiciones en planificación* (Getz, 1987; en Sosa et. al 2007):

- 1) Planteamiento *boostering*, y para la que el turismo es una actividad totalmente beneficiosa y el alcance de sus operaciones debe ser maximizado.
- 2) Planteamiento *económico*, donde el turismo es considerado como un valioso factor para el desarrollo económico y su mayor utilidad es la de generar renta y empleo para determinadas regiones.
- 3) Planteamiento *físico/espacial*, en el que se tratan de minimizar los aspectos negativos en el medioambiente que conlleva su desarrollo.
- 4) Planteamiento *comunitario*, donde el turismo es conceptualizado como una fuerza económica y política que tiene su mejor desarrollo a través del control local.

Para completar este planteamiento, Hall 1995, en Sosa et. al 2007, añade un quinto planteamiento en planificación en turismo y que vendría representado por la *planificación del turismo sostenible*. Este plan parte de

la necesidad de la integración del turismo con otras actividades económicas y la de mantener un horizonte a largo plazo, tratando de maximizar los beneficios del sector a la vez que minimizar la inestabilidad medioambiental, cultural y social (Hall, 1995; en Sosa 2007). Sin embargo, otros autores como Burns (1999) ponen de manifiesto que pese a los esfuerzos por hacer entender la importancia de la sostenibilidad en la planificación del turismo como “usuaria” del territorio, se anteponen otros intereses, haciendo que la planificación tenga un carácter claramente económico más que sostenible. En torno a esta línea, Getz (en Sosa et. al 2007), diferencia cuatro enfoques de planificación turística que, sin ser excluyentes entre ellos, ponen de manifiesto la dominancia de qué ámbito rige su planificación. Estos enfoques son: desarrollismo, enfoque económico, físico y comunitario, siendo el “desarrollismo” tradicionalmente el que más se ha tomado como partida en la planificación turística *desde el surgimiento del turismo de masas* (Ivars, 2003). Este enfoque, ignora los efectos negativos de la actividad turística en todas sus vertientes, económica, sociocultural y ambiental. Por otro lado, el enfoque económico contempla la actividad como *un instrumento para alcanzar determinados objetivos económicos* (Ivars, 2003), siendo la prioridad frente a otros objetivos ambientales o sociales.

En tercer lugar, el enfoque físico de la planificación turística incorpora, por primera vez, la dimensión territorial con el claro objetivo de alcanzar una adecuada distribución de las actividades económicas, en concreto la turística, en el espacio, y conseguir unos usos racionales del suelo. (Ivars, 2003).

Por último, el enfoque comunitario, de carácter social, tiene por objeto promover el control por parte de los agentes locales del desarrollo turístico con el fin de que la población residente sea su máxima beneficiaria y evitando así situaciones de conflicto con el turismo, hecho que, irremediamente, podría poner en peligro la integridad e identidad de la población.

4. El desarrollo del turismo en áreas rurales

Si se acepta el significado que generalmente se tiene en Europa, el mundo rural abarcaría aquellas zonas y regiones donde se llevan a cabo actividades diversas e incluiría los espacios naturales y cultivados, los pueblos, villas, ciudades pequeñas y centros regionales así como las zonas rurales industrializadas de dichas regiones (Comunicación de la Comisión de las Comunidades Europeas al Parlamento Europeo, 1988). No obstante, limitar el concepto de rural al ámbito geográfico no es del todo correcto, pues en realidad abarca todo un tejido económico y social con actividades que van desde la agricultura, artesanía, hasta el comercio y los servicios. Existe un equilibrio perfecto entre la actividad económica y un espacio concebido para el descanso y el ocio, o para, lo que en este trabajo nos abarca, el desarrollo de la actividad turística.

Inevitablemente, los espacios rurales han sufrido en los últimos 30 años una pérdida considerable de lo que hasta el momento era su actividad principal: las actividades agropecuarias. Si bien es cierto que todavía se conserva esta actividad como motor principal de muchos espacios rurales, también lo es que el hecho de su pérdida de peso en el conjunto de su economía, abriéndose paso en ella otras actividades incipientes, como es la actividad turística.

Pero ¿qué es el turismo rural?. El informe *Tourism Strategies and Rural Development (1994)* señala que es aquella actividad localizada en un espacio rural; funcionalmente rural con respecto al tamaño de las empresas, del contacto con la naturaleza, con el patrimonio cultural y con las prácticas y sociedades tradicionales; de escala rural en cuanto al tamaño de los edificios y de los asentamientos; de carácter tradicional, en referencia al crecimiento lento y orgánico y conexión de las familias; sostenible si se tienen en cuenta las maneras en como la población se ha adaptado al medio; un uso de la tierra que responde a construcción de edificaciones que no superan el 20% del total de territorio; unas actividades económicas basadas en la agricultura y/o la silvicultura (no contempla ni la ganadería ni la pesca); cuando hay espacios naturales y salvajes; y algo fundamental, en cuanto la estructura social tradicional, esta debería responder al sentimiento de comunidad.

En cuanto a los motivos que han disparado esta tendencia durante la última década, la mayoría quedan recogidos en un estudio de Pulido y Cardenas, (2011): *el rechazo a la masificación ante las grandes concentraciones de turistas en el litoral, el creciente deseo de personalización de los viajes, el mayor interés general por el medio ambiente y por aprender, así como la vuelta a los valores de la cultura local materializados en el mundo rural*. Esta tendencia, en plena efervescencia inicial que suele acompañar a las fases de introducción de cualquier producto turístico en cualquier mercado, puede acarrear consecuencias muy distintas a las esperadas en el caso de no implantarse adecuadamente estrategias de crecimiento sostenido. En otras palabras, este tipo de turismo, por la función social que realiza y los efectos económicos que genera, implica la generación de impactos muy decisivos en la supervivencia de espacios y sociedades, cuyas perspectivas de crecimiento exigen una planificación correctamente medida y estudiada.

Ya Lopez de Sebastian (1975, en Bote 1979), afirmaba que el espacio rural *posee una gran variedad de recursos turísticos, insuficiente e inadecuadamente explotados en razón de condicionamientos institucionales y sociales, capaces de satisfacer las exigencias de la demanda*. Ante estas exigencias de la demanda actual y su crecimiento futuro, las zonas rurales constituyen una reserva de espacio de ocio, la cual requiere urgentemente de una planificación, es decir, definir las directrices fundamentales para una ocupación responsable del espacio rural.

Debe entenderse que la potencialidad de la demanda en el espacio rural, implica inexorablemente

una ocupación del territorio más allá de lo turístico que no queda exenta en ningún caso de riesgos de degradación, uso intensivo de los recursos naturales, conflicto de intereses, etc.. Por ello, se remarca la necesidad de evitar, entre otros aspectos y mediante la definición de una política o estrategia adecuada, la minimización de dichos riesgos.

Bien es cierto que el turismo rural se ha tratado en algunos casos como la panacea para solucionar los problemas que plantea el desarrollo, asentando erróneamente su atractivo en los elementos de soporte de la actividad turística (fundamentalmente el alojamiento rural) sin considerar que son los recursos la materia prima que justifica tal desarrollo, y que una vez aprehendido se ha advertido que no se poseen suficientes (ni en calidad ni en cantidad) donde asentar su estrategia de destino.

Partiendo de que el medio rural es un molde que se debe adaptar a las exigencias de la demanda, y que en muchos casos el atractivo reside en recursos con un gran arraigo local (tanto tangible como intangible) se hace necesario evaluar correctamente todo aquello de lo que se dispone con el objetivo de establecer el mejor encaje entre los atributos del recurso turístico y las preferencias de la demanda.

Todo ello sin dejar muchas veces de lado las necesidades de quien allí vive. Porque cuando esto ocurre aparecen frustraciones y desacuerdos en la población local, fruto de la divergencia entre las necesidades de unos y otros.

5. El recurso cultural como materia prima del turismo

El término recurso es difícil de definir por su amplitud de significados según el ámbito donde se aplique. Pese a ello, tienen matices que se mantienen firmes en sus distintas acepciones.

Una de las primeras aportaciones es la realizada por Zimmermann, en la que indica que recurso *no se refiere a una cosa ni a una substancia, sino a la función que éstas pueden desempeñar o a la acción en que puedan tomar parte, a saber, la función o acción de alcanzar un fin determinado como el de satisfacer una necesidad* (Zimmermann & Robles, 1957). Remarca con énfasis el hecho de la satisfacción de la demanda, sosteniendo que ningún elemento puede ser considerado recurso mientras no sirva para tal fin. Se puede por tanto afirmar que la satisfacción de una necesidad es lo que convierte un elemento en recurso.

La Organización Mundial del Turismo (1978) entiende por recursos *los medios humanos, energéticos y materiales de que dispone o puede disponer una colectividad*. Estos recursos pueden ser o no turísticos, dependiendo de si tienen la posibilidad de atraer a los visitantes. En esta diferencia hace hincapié la OMT, en la importancia de detectar ésta *atracción* en los recursos, ya que de esta característica dependerá de que el recurso se adapte o no correctamente al uso turístico.

Dentro de la variedad de recursos, se encuentran los recursos culturales, objeto de estudio en esta investigación. La Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO, 1972) estableció una serie de elementos que se engloban dentro del patrimonio cultural, siendo éstos, los monumentos, obras arquitectónicas, de escultura o de pintura monumentales, elementos o estructuras de carácter arqueológico, inscripciones, cavernas y grupos de elementos que contengan un valor excepcional desde el punto de vista de la historia, el arte o la ciencia; los conjuntos, grupos de construcciones aisladas o reunidas, cuya arquitectura, unidad e integración en un paisaje les da un valor universal excepcional desde el punto de vista de la historia, del arte o de la ciencia; los lugares, obras del hombre u obras conjuntas del hombre y la naturaleza, así como las zonas, incluidos los lugares arqueológicos que tengan un valor universal excepcional desde el punto de vista histórico, estético, etnológico o antropológico. Dentro del patrimonio cultural, se pueden establecer dos clasificaciones atendiendo a si es material o intangible, siendo únicamente objeto de esta investigación el primero de ellos.

Sin embargo, cuando se habla de patrimonio, se está ante un concepto amplio, que incluye sus entornos tanto naturales como culturales, tal como se indica en la Carta Internacional sobre Turismo Cultural (ICOMOS, 1999). Este mismo organismo, vuelve a utilizar el concepto de materia prima para afirmar que los recursos culturales en su forma original, no son más que la materia prima de futuras atracciones.

Por otra parte, la OMT (1978) define patrimonio en ámbito turístico como el conjunto potencial, conocido o desconocido, de los bienes materiales o inmateriales a disposición del hombre y que puede utilizarse mediante un proceso de transformación para satisfacer sus necesidades turísticas. Añade además, que este patrimonio turístico constituye el elemento fundamental el cual podrá ser transformado por el ser humano para convertirlo en recursos turísticos, utilizando los medios técnicos, económicos y financieros propios a su entorno cultural, político y social.

Cuando tales recursos son adaptados, la OMT identifica este patrimonio como utilizable, y lo define como el conjunto de los bienes y servicios, que por intermedio de la actividad del hombre y de los medios con que cuenta, hacen posible la actividad turística y satisfacen las necesidades de la demanda.

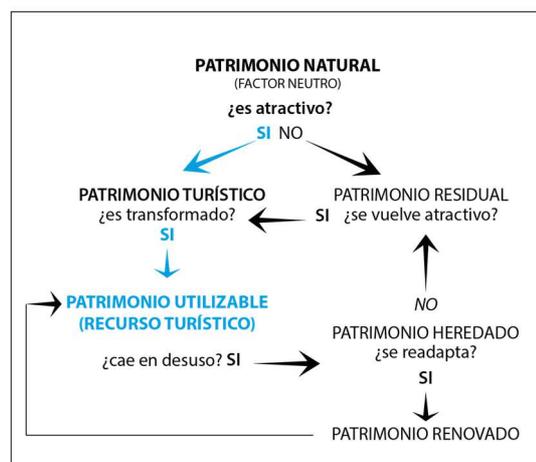
Vera et al. (2011) están en sintonía con esta idea en la que los recursos turísticos requieren de cierto grado de intervención para convertirse en objetos de atracción turística. Así pues, se pone de manifiesto que el recurso se “orienta”, “planifica” y “administra” para el visitante, poniendo de relieve que su capacidad de uso y disfrute no es algo espontáneo, sino que ha de planificarse. Con esta idea se parte hacia la adaptación al uso o la puesta en valor de los recursos.

Queda pues de manifiesto que los recursos turísticos lo son no solo por tener atractivo (aspecto fundamental), sino más bien porque han sido transformados para su uso turístico.

6. La adaptación al uso turístico de los recursos

Debido a los pocos referentes sobre el término *adaptación al uso turístico* en la literatura académica de habla hispana, no se han encontrado definiciones que sean capaces de concretizar qué se entiende por ello. No obstante, según la RAE, en su segunda entrada, define adaptar como *hacer que un objeto o mecanismo desempeñe funciones distintas de aquellas para las que fue construido*. Así pues, puede concretarse que adaptar al uso turístico no es más que acomodar un recurso para que sea disfrutado (o experimentado) con fines turísticos.

Figura 1 – Teoría de la Renovación del Patrimonio Turístico



Fuente: elaboración propia a partir de OMT (1978)

Es la transformación de patrimonio turístico en patrimonio utilizable desde donde surge el concepto de adaptación al uso turístico, si bien se utiliza igualmente el término *puesta en valor*.

De esta manera, puede afirmarse que la adaptación del patrimonio cultural busca recuperar y rehabilitar los bienes culturales con el fin de dotarlos de nuevos usos, ya sean estos culturales o no. Se trata, en definitiva, de darle una nueva ubicación social al elemento cultural para asegurar con ello su protección y conservación.

Y no sólo por motivos conservacionistas se ha considerado la recuperación del patrimonio cultural, sino que también los cambios en los modelos de explotación turística existentes y otros en la demanda (turistas cada vez más exigentes e informados), han propiciado su adaptación con el objetivo de hacer frente a un entorno que cada vez más competitivo. Estas nuevas demandas, han favorecido que la actividad turística se contemple bajo el prisma de un instrumento de desarrollo, sobre todo a escala local y regional. En esta nueva visión se plantean nuevas oportunidades de desarrollo sobre la base de una integración activa de la sociedad y de sus recursos (Monteserin, 2008).

En este sentido, afirma que poner en valor los recursos de un territorio supone establecer una relación

estrecha entre ambos capaces de presentarse como una oportunidad para:

- a) Proporcionar diferentes lecturas y alternativas para el uso activo de los recursos patrimoniales, tangibles e intangibles.
- b) Poner en marcha un instrumento de valoración de la función social y económica del patrimonio y el territorio.

Añade además, en palabras de Ballart y Juan i Tresserras (2001), que supone también implantar un instrumento de territorialización, en tanto en cuanto los recursos están vinculados con el territorio y la dinamización de ese patrimonio pasa por su contextualización original con el fin de proporcionar a los visitantes un significado y vivencia, teniendo en cuenta la complejidad y fragilidad del territorio para su participación del proceso.

En esta misma línea, se dirige la Carta Internacional para la Conservación de las Poblaciones y Áreas Urbanas Históricas que complementa la Carta de Venecia (1964), la cual asume que *interpretar y presentar el patrimonio o el territorio es un instrumento de proporcionar la conciencia pública y establecer un soporte para la continuidad del patrimonio natural y cultural a largo plazo.*

El aprovechamiento turístico de los valores patrimoniales es una de las formas, en muchas ocasiones la más evidente, en que se puede generar beneficio a partir de la puesta en valor de los bienes culturales (Toselli, 2006, en Pitarch, 2013). Sobre todo, se puede destacar el caso de las economías rurales, donde la puesta en valor de los recursos se ha visto como una salida a la situación de estancamiento o incluso declive. Los recursos territoriales turísticos se han convertido, por tanto, en el objetivo dentro del proceso de cambio. Según recogen Cebrián y García (2010), *las tendencias del sector en relación a la valorización de los espacios rurales han incrementado el protagonismo de los recursos empleados, estrechamente relacionados con el interés creciente por la naturaleza, el paisaje, el patrimonio histórico-artístico o la cultura local.*

Llegados a este punto, se ha dado la situación de cambio de demanda y cambios globales en la forma de hacer turismo, incluso también se ha acentuado la preocupación por el patrimonio, y se ha contemplado la puesta en valor de los recursos como una posible vía de desarrollo en las áreas rurales. Pero ¿cómo se adaptan pues, los recursos al uso turístico? Podemos definir, de esta manera, los aspectos que determinan la puesta en valor de un recurso:

- **La imagen:** cuyo diseño puede garantizar por sí sólo el reconocimiento del recurso en el mercado
- **El tipo de gestión:** que es determinada por factores como el tipo de propiedad (pública o privada), el soporte técnico que se proporciona al atractivo, las condiciones de accesibilidad, etc.
- **La gestión sostenible:** que incluye los parámetros anteriores pero considerando los

efectos sobre el atractivo y su entorno a largo plazo, minimizando los impactos no deseables para su óptima conservación

- **La accesibilidad:** determinante en cuanto a la capacidad de carga del atractivo y que debe diseñarse consecuentemente con los tres apartados anteriores.

No obstante, en la relación oferta-demanda, el visitante sabe cada día más que quiere, pero sobre todo, que no quiere. Algunos de esos elementos se pueden ver en el siguiente cuadro:

Cuadro 1 – Elementos que influyen en el comportamiento del visitante

Centros orientativos
Señalización, puntos de información y rutas marcadas
Guías, actores y/o tours con grabaciones
Cierres temporales, accesos restringidos o desvíos
Reservas anticipadas de los tickets
Gestión de colas
Zonificación o establecimiento de horarios
Gestión de parkings
Transporte interior

Fuente: elaboración propia a partir de SANCHO (1998:138)

7. Metodología

La metodología de este trabajo se ha basado en la elaboración de un índice para medir la adaptación al uso turístico de los recursos, a partir de la identificación de dos dimensiones, desagregadas en 5 indicadores y 44 variables descriptivas. En la medida en que estas variables estén presentes en el ámbito de estudio, se determinará el grado de adaptación al uso turístico que tienen dichos recursos (ver tabla 1). Una primera división, de las dimensiones, ha sido clasificarlas en tangibles e intangibles. Las variables tangibles, o como las define la OMT (1978) físicas, *son aquellas cualidades y valores específicos que posee cada recurso.* En función de su naturaleza, se distinguen dos categorías:

- 1) Las que hacen referencia al grado de utilización del recurso, como es la infraestructura o equipamientos y servicios turísticos.
- 2) Las que se refieren a las características intrínsecas del recurso y coinciden fundamentalmente con la del patrimonio origen de este recurso.

Respecto a lo que a la dimensión tangible se refiere, se han repartido las variables según tres indicadores:

- 1) Accesibilidad
- 2) Infraestructuras y equipamientos
- 3) Interpretación

En segundo lugar, y en lo relativo a la dimensión intangible, las variables han sido clasificadas en dos indicadores:

- 1) Gestión
- 2) Interpretación

Además, y con el objetivo de establecer intervalos de adaptación dentro de cada indicador las variables se subdividen en:

- a. Básico
- b. Óptimo
- c. Excelente

Para valorar cada una de estas variables, se ha establecido una frecuencia dicotómica, de manera que, aquellas variables que se cumplen se les ha dado el valor 1 (sí), y aquellas que no se cumplen, el valor 0 (no). Se ha considerado necesario, tras analizar los resultados, que las variables sometidas a estudio no sean excluyentes las unas de las otras, ya que algunos recursos cumplen variables de grado excelente sin tener cubiertas las básicas. La valoración de los resultados se ha realizado de manera conjunta, destacando qué recurso destaca por encima o debajo del resto.

El análisis de estas variables se ha realizado a través de observación directa en siete recursos culturales del municipio de Bocairent. Estos recursos han sido escogidos según la valoración que la administración local hace de ellos, siendo identificados en el material promocional del municipio.

Estos recursos son:

- 1) Museo de Arqueología
- 2) Plaza de Toros
- 3) Museo Parroquial
- 4) Covetes del Colomer
- 5) Cava de Sant Blai
- 6) Covetes del Moros
- 7) Monestir Rupestre

A partir del diseño del índice, cada recurso obtiene una puntuación cuya máxima puntuación podrá ser de 44.

8. Resultados

Tras aplicar a los recursos las variables descritas, se observa que en la dimensión tangible, indicador **accesibilidad**, *les Covetes del Colomer* obtiene un valor de 10 sobre 13, seguido de la *Plaza de Toros* y la *Cava de Sant Blai* con 8. Estos tres recursos son los que mayor número de variables cumplen en cada uno de los grados. Para el caso de *les Covetes del Colomer*, cumple todas las variables básicas a excepción de tener horario completo en fin de semana. Respecto a la accesibilidad óptima, cumple todas las variables, y para aquellas excelentes, sólo las relativas a indicaciones de acceso desde la entrada del municipio. Para los casos de la *Plaza de Toros* y la *Cava de San Blai*, aunque mantienen una valoración alta, adolecen sin embargo de un horario completo en fin de semana para el primer caso, y en acceso a discapacitados para el segundo. En el resto de grados, repiten la falta en acceso a discapacitados en todo el edificio ambos dos, y en el grado excelente, al igual que *les Covetes dels Colomers*, los tres recursos no están adaptados en tanto en cuanto no están localizados en el mapa turístico oficial del municipio con información relativa a horarios de visita y

horarios de entrada, y en lo referente al horario amplio de martes a domingo.

Para el indicador de **infraestructuras y equipamiento**, destaca de manera negativa *les Covetes dels Moros*, siendo el recurso por excelencia del municipio. En este sentido, se puede ver como no cumple ninguna de las variables, obteniendo por tanto un valor de 0 para cada nivel. Por el contrario, tres de los recursos restantes se sitúan por encima de la media, siendo la *Plaza de Toros*, el *Museo Parroquial* y *les Covetes del Colomer*. El resto se sitúan por debajo de ésta. Cabe destacar además para este indicador, que ninguno de los recursos posee ninguna variable catalogada como excelente, centrandó toda su valoración en los niveles básicos y óptimos.

En cuanto al indicador de **interpretación** vuelve a destacar *les Covetes dels Moros*, obteniendo una valoración muy positiva. En este apartado, la mayoría de recursos cumplen casi la totalidad de las variables básicas, todo lo contrario de lo que ocurre en las variables óptimas y excelentes, dónde apenas ningún recurso cumple alguna.

Entrando ya en la dimensión intangible, en el indicador de **gestión**, se observa que a excepción de la *Cava de Sant Blai* y el *Monestir Rupestre*, el resto de recursos se sitúan por encima de la media, además, con la misma valoración. Es curioso destacar que en esta ocasión, los recursos apenas cumplen variables básicas, sin embargo, en el nivel óptimo completan, a excepción de algunos, todas las variables, consiguiendo una valoración muy alta. Para el nivel excelente sin embargo vuelve a ocurrir que la valoración es negativa para todos, siendo 0.

Por último, dentro del indicador **interpretación**, todos los recursos se sitúan en la media, sin destacar ninguno de ellos ni por encima ni por debajo. En este caso, cumplen todas variables básicas, obteniendo una valoración de 0 para las variables de nivel óptimo y excelente.

Si se realiza una mirada general hacia las valoraciones de todos los niveles para todos los indicadores, se puede observar que hay dos recursos que se mantienen por debajo de la media: el *Museo de Arqueología* y el *Monestir Rupestre*. Ambos dos, con unas valoraciones de 16 y 15 respectivamente en repetidas ocasiones han destacado por lo mismo en la valoración de cada indicador de manera individual. Por lo contrario, tres de los recursos, *Museo Parroquial*, *Cava de Sant Blai* y *les Covetes del Moros*, se mantienen por debajo de la media también, aunque en esta ocasión por muy poco. No obstante, cabe señalar que para estos casos, en ciertos indicadores han mantenido una valoración bastante alta, como es el caso del indicador de **gestión**, y en otros, como en **interpretación**, se han mantenido con unos valores bastante bajos. Señalar que, para el caso del *Monestir Rupestre*, su situación, alejada del núcleo urbano, del centro histórico y del resto de recursos, haya podido influir en su menor grado de adaptación al uso.

También quizás el interés que haya despertado éste en los visitantes, puesto que les Covetes dels Moros también es un recurso apartado del municipio, no obstante, obtiene un grado de adaptación mayor. Para el caso del Museo de Arqueología, posee una situación privilegiada, integrado dentro de la Villa Medieval, cercano a la Oficina de Turismo y otros recursos como el Museo parroquial, no obstante, su adaptación al uso turístico ha resultado de las más bajas.

Pero desde luego, lo que se percibe claramente en la mayoría de los indicadores, es que hay un recurso que se sitúa siempre en valores más altos que el resto, o por el contrario, en los mismos, nunca por debajo. Se trata de les Covetes dels Colomers. Llama la atención que este recurso que mantiene los valores más altos, es aquel que ha sido creado con intenciones interpretativas, para aquellos visitantes que teniendo la voluntad, no pueden acceder por motivos físicos o de salud a Les Covetes dels Moros. Se trata de un centro de interpretación turístico instalado en las cuevas del Colomers, dónde el visitante puede recrear a través de los paneles informativos y audiovisuales el monumento histórico nacional, sus orígenes y su utilidad, en un entorno accesible y cómodo. (Ribera, 2008). Por el lado opuesto, resulta llamativo que les Covetes dels Moros, declarado como elemento singular perteneciente a la red de Bienes de Interés Cultural de la Generalitat Valenciana, no sea uno de los recursos más adaptados. No obstante, es de consideración importante resaltar que, por sus condiciones intrínsecas, el recurso cuenta con limitaciones a las que no puede hacer frente por tratarse de un bien protegido, por tanto no cumple variables que contemplan elementos tan básicos como el acceso a discapacitados o aseos. Se puede extraer información curiosa como por ejemplo que ningún recurso, pese a la actualidad tecnológica en la que vivimos, dispone de dispositivos interactivos, audiovisuales o elementos tecnológicos como el código QR para la descarga de información interpretativa, o incluso servicio de audioguías. También, dada la heterogeneidad de nacionalidades que visitan la población, la información facilitada en todos los casos se limita a castellano, valenciano e inglés, obviando otras lenguas oficiales extranjeras, incluidas las visitas guiadas. Otros aspectos a destacar, es la inexistencia de algunos equipamientos, no de carácter básico, pero sí óptimo, como es la cafetería o un espacio de consigna a disposición de los visitantes en los recursos, o en casi ningún caso, zona de aparcamiento. Tampoco ningún recurso ofrece información relativa a horarios de visita y precio de la misma, en el mismo mapa donde se localiza el recurso, la información se limita al horario de entrada y la ubicación del recurso, variable básica que sin embargo, todos cumplen.

En cuanto a la gestión del recurso, vuelve a suceder que ningún recurso cumple variables básicas, como la atención telefónica, información vía correo electrónico o la disposición de hoja de reclamaciones. Todos estos servicios quedan, no obstante, relegados de manera

conjunta a la Oficina de turismo, desde donde se informa a los visitantes sobre los recursos. Por el contrario, hay variables que todos y cada uno de los recursos sí cumplen, como es el caso de los precios debidamente indicados en la entrada del recurso, la localización del recurso en el mapa turístico del municipio, o las indicaciones desde la entrada del municipio. También cuentan todos con otros aspectos como la disponibilidad de folletos informativos del propio recurso, el servicio de visitas para grupos, la posibilidad de adquirir la entrada por adelantado, o la existencia de un ticket de entrada integrado. Todas estas variables, se encuadran dentro de las básicas, siendo las óptimas y excelentes las que se cumplen con menos frecuencia entre los recursos, como es el caso del horario entre semana de martes a domingo (lunes se ha obviado ya que no abre ningún recurso), o de que el recurso forme parte de un itinerario cultural, siendo éste el caso solo de les Covetes del Colomer, la Cava de Sant Blai y les Covetes dels Moros que se encuentran dentro de la "Ruta de les Covetes". Frente a este último punto, es interesante destacar el papel que desempeña la Administración, ya que coincide que estos tres recursos son de gestión municipal, motivo por el cual existe una preocupación e interés por integrarlos dentro de un itinerario que facilite la visita e interpretación del municipio.

9. Conclusiones

Tras lo visto en el apartado anterior, se ha podido comprobar la cuestión que ocupa esta investigación desde el principio. ¿Están adaptados al uso turístico los recursos culturales de Bocairent?

El turismo debidamente planificado y gestionado aporta beneficios tanto económicos, socioculturales y ambientales. Para el caso de los recursos, como primera fase del proceso de planificación, comporta una correcta organización que pasa por realizar una evaluación de los mismos y diagnosticar en qué puntos se ha de aplicar las propuestas. Tras esto, el establecimiento de objetivos dará lugar a las futuras estrategias que darán a su vez paso a las actuaciones concretas.

Es necesaria la búsqueda de estrategias encaminadas a fomentar el desarrollo del turismo cultural, no solamente como motor económico de los pueblos, sino también como preservador de los valores y del patrimonio cultural de las naciones, desde una perspectiva que garantice el respeto y la conservación de los mismos a través de un mayor conocimiento entre los visitantes, y de intercambios interculturales fructíferos que contribuyan al desarrollo económico, social y cultural de los pueblos. (Ministerio de Cultura, 2011)

Como se ha podido comprobar a través del análisis de las variables, desde una visión conjunta y global, todos los recursos culturales evaluados a excepción de dos, se sitúan dentro del grado básico, y con una menor frecuencia, otras variables óptimas y excelentes. Se puede concluir por tanto, que los recursos culturales de

Bocairent sí están adaptados, al menos de manera básica, al uso turístico, si bien es cierto que se pueden hacer ciertos matices en algunos recursos dónde el grado de adaptación óptimo es considerable.

Se ha pretendido con esta investigación poner de manifiesto la importancia de la adaptación al uso turístico de los recursos, más cuando estos no han sido creados con esta finalidad, proporcionando una herramienta de evaluación para que los gestores analicen en qué grado los recursos turísticos presentes en su territorio han sido transformados para su uso. De este modo se consigue preservar el propio recurso a la vez que se permite la difusión de su riqueza. Dentro de este contexto se ha querido establecer tres niveles de adaptación al uso turístico. Bien es cierto, por otro lado, que las valoraciones de las dimensiones, indicadores y variables propuestas no han sido ponderadas, por lo que cada uno de ellos aporta el mismo valor al índice, cuando en realidad y con toda seguridad algunos de ellos podrían tener un peso mayor o menor. Incluso, porque no, algunas variables podría formar parte de otros niveles o ser cambiadas por nuevas que reflejasen mejor tal adaptación. De lo que no cabe duda es que la puesta en valor de los recursos implica adaptarlos al uso turístico, debiéndose observar las posibilidades o incluso limitaciones que ofrecen para poder aplicar aquellas medidas que se consideren, si bien hay que tener en cuenta que en algunas ocasiones, como en el caso de Bocairent, por cuestiones de protección del patrimonio y condiciones físicas no se pueden aplicar en su totalidad. No obstante, puesto que no existe un nivel óptimo ni siquiera excelente de tal adaptación, se considera necesario un análisis más detallado de su estrategia, haciendo hincapié en aquellos elementos que no presenta en su gestión. Por ejemplo, sería fruto de una investigación posterior cruzar datos referentes a una evaluación sobre la adaptación de recursos turísticos con los grados de satisfacción de la experiencia turística de los visitantes y comprobar si, verdaderamente, ciertas adaptaciones son necesarias o no. O determinar a partir de la demanda, que variables son las más adecuadas para medir tal adaptación.

A través de la metodología diseñada y aplicada, se ha pretendido aportar una nueva visión a un modelo inexistente de análisis de adaptación al uso turístico de recursos, recogido dentro de un marco conceptual que aglutina los principios básicos de la planificación turística.

10. Bibliografía

ANTON, S. y VERA F. (1998); Métodos y técnicas para la planificación turística del territorio en Turismo y planificación del territorio en la España de fin de siglo. Tarragona, grup d'estudis turístics, Unitat de geografia, Univeristat Rovira i Virgili.

BARRADO TIMON D.A (2001). Ordenación territorial y desarrollo turístico. Posibilidades, modelos y esquemas de ordenación territorial del turismo en la España de las autonomías. (Instituto de estudios turísticos) nº 149.

BOTE GOMEZ, V. (1979) El turismo rural en España: una estrategia artesanal para el turismo masivo.

CEBRIAN, F. y GARCIA, J.A (2010): Propuesta metodológica para la identificación, clasificación y puesta en valor de los recursos territoriales del turismo interior. La provincia de Albacete. Departamento de Geografía y Ordenación del territorio. Boletín de la Asociación de geógrafos españoles nº 54.

Comunicación de la Comisión de las Comunidades Europeas al Parlamento Europeo y al Consejo. (1988) El futuro del mundo rural. Suplemento 4/88. Luxemburgo: Oficina de Publicaciones Oficiales de las Comunidades Europeas. ISBN 92-825-9069-0. No. catálogo: CBNF-88-004-ES-C

DICCIONARIO DE LA REAL ACADEMIA DE LA LENGUA ESPAÑOLA. www.rae.es. [consulta: 22/08/14]

ICOMOS (1965). Carta Internacional sobre la conservación y la restauración de monumentos y sitios (Carta de Venecia 1964)

ICOMOS (1999). Carta Internacional sobre Turismo Cultural. La Gestión del Turismo en los sitios con Patrimonio Significativo. Adoptada en la 12ª Asamblea General en México, octubre de 1999.

IVARS, J. A. (2003). Planificación turística de los espacios regionales de España. Ed. Síntesis.

LOPEZ PALOMEQUE, F. (1999). Política turística y territorio en el escenario de cambio turístico. Boletín de la Asociación de Geógrafos Españoles, nº 28.

MIDDLETON, V. y Hawkins, R. (1998): Sustainable tourism: A marketing perspective. Butterworth-Heinemann (Oxford and Wobu, MA).

MINISTERIO DE CULTURA (2011). Guía del lector, centro de documentación cultural. Turismo cultural. Ministerio de Cultura. Secretaría General Técnica. S. G. de Publicaciones, Información y Documentación 51.

MONTESERIN, O. (2008): Turismo y desarrollo territorial: los planes de Dinamización turística en la interpretación y puesta en valor del territorio. Tesis doctoral. Madrid.

OCDE (1994): Tourism Strategies and Rural Development. Organisation for Economic Co-operation and Development. Paris.

ORGANIZACIÓN MUNDIAL DEL TURISMO (1978):
Evaluación de los Recursos Turísticos. Madrid.

ORGANIZACIÓN MUNDIAL DEL TURISMO (1994),
Marketing plans & strategies of national tourism
Administrations, Madrid.

ORGANIZACIÓN MUNDIAL DEL TURISMO (2004).
National and Regional Tourism Planning: Methodologies
and Case Studies. Madrid.

PITARCH, M.D. (2013). La cultura como oportunidad para
un desarrollo turístico sostenible. En: 1er Congreso
Universitat de Valencia-Idecos, "Turismo cultural,
desarrollo territorial y sostenibilidad". Valencia.

PULIDO, J.I y CARDENAS, P.J (2011). El turismo rural
en España, orientaciones estratégicas para una tipología
aún en desarrollo. Departamento de Economía.
Universidad de Jaén

SAUTTER, ELISA T y LEISEN, BIRGIT (1999). La
gestión de las partes interesadas: un modelo de
planificación turística. Annals os Tourism Research en
español.

SANCHO, A. (dir.), et al. (1998) Introducción al turismo.
1a ed. Madrid: Organización Mundial del Turismo.

UNESCO (1972). Convención para la protección del
patrimonio mundial, cultural y natural. 17ª reunión en
París (17 de Octubre).

VERA, F, et al. (1997): Análisis territorial del turismo.
Barcelona. Ed. Ariel Geografía.

VERA .F (coord.) et al (2011). Análisis territorial del
turismo y planificación de destinos turísticos. Valencia:
Tirant lo Blanch. 1ª Edición

ZIMMERMANN, E, W (1933) world Resources and
Industries. Nueva York: Harper and Brothers.