

El agroturismo: la clave para el
futuro sostenible de España

By

Emma Mahony

Submitted in partial fulfillment
of the requirements for
Honors in the Department of Modern Languages and Literatures

UNION COLLEGE

June, 2021

ABSTRACT

MAHONY, EMMA El agroturismo: una clave para realizar el futuro sostenible de España. *Modern Languages and Literatures*, June, 2021.

ADVISOR: Christine Henseler, PhD

This thesis explores the possibilities of agritourism in the pursuit of sustainable tourism in Spain. It criticizes the dominant model of sun-and-beach tourism and endorses agritourism as a sustainable alternative. Agritourism is a field of rural tourism that encourages tourist engagement in agricultural activities as a means of diversifying the economy and fostering cultural competency. Through an analysis of case studies of farm stays, enotourism, olive oil tourism, and cheese tourism throughout Spain, this paper examines the social and economic benefits that agritourism extends to the provider, the tourist, the host community, and the environment. It concludes by emphasizing that, in order to achieve sustainable development, people who participate in agritourism must respect the culture and nature of rural areas, as well as focus on long-term solutions.

En las últimas siete décadas, el hacinamiento de las grandes ciudades como Madrid, Barcelona y Sevilla ha caracterizado el turismo en España. Muchos turistas explotan la belleza y la riqueza natural y cultural para beneficio personal, ya sea para tomar una foto o comprar un recuerdo barato; la mayoría realmente no intenta relacionarse de manera respetuosa y humilde con los ciudadanos. Como resultado, las tiendas que satisfacen los deseos superficiales de los turistas han empezado a sobrepasar en números las empresas que sustentan a los residentes. Al centrarse en la demanda de corto plazo, el modelo actual de turismo perjudica a los ciudadanos y al medio ambiente de aquellas ciudades. Para rectificar esta injusticia, España debería aumentar sus esfuerzos en respaldar al turismo rural y el agroturismo en particular. Al dirigir la población forastera al interior del país de manera sistemática y ecológica, los ciudadanos y la naturaleza pueden cosechar los frutos del turismo sin sufrir el daño de la superpoblación.

I. La situación actual del turismo en España

Hoy en día, España es un destino turístico atractivo, pero no siempre ha tenido esta reputación. Durante la primera fase de la dictadura de Francisco Franco que duró desde 1939 a finales de la década de 1950, el país permaneció una autarquía (Valero Martínez 3). El gobierno aisló a la nación y a sus habitantes de forma política, económica y social hasta que la crisis económica resultante le obligó a reabrirse al resto del mundo. A partir de la década de 1960, el gobierno buscó generar ingresos al atraer a turistas al país y así desarrolló y promovió el “‘sun and beach’ tourism, also known as ‘tourism of

the 3: sea, sand, sun” (Nieto Masot y Ríos Rodríguez 1). Debido a su ubicación peninsular y su proximidad al ecuador, España ofrece temperaturas placenteras, horas largas de luz solar y más de 8000 kilómetros de costa, y por eso ha triunfado en ganar visitantes y negocio (1). Sin embargo, la administración franquista lanzó la iniciativa de manera apresurada y de poca visión de futuro y terminó creando un modelo de turismo insostenible (García-Ayllón 1). Al concentrarse en construir alojamientos y proporcionar servicios relacionados con el turismo en las ciudades costeras, el gobierno español otorgó prioridad a los deseos de los turistas sobre las necesidades de los residentes y descuidó a las comunidades rurales.

En la última década, los esfuerzos de sacar provecho de los turistas en ciertas metrópolis se han enfrentado con la hostilidad por parte de los residentes. Aunque el incremento de viajeros beneficia a algunos sectores de la economía, las personas que llaman hogar a la ciudad sufren las ramificaciones. Los documentales, *Crowded Out: The Story of Overtourism* (2018), dirigido por Beth Walker, y *Bye Bye Barcelona* (2014), dirigido por Eduardo Chibás Fernández, recalcan las actitudes antagónicas entre los residentes de Barcelona con respecto a la presencia de los turistas. Desde la Olimpiada en Barcelona en 1992, el número de turistas se disparó; en 1990, la ciudad recibió 1.7 millones de personas, la cual duplicó en 2020 y subió a 9 millones en 2016 (“Barcelona 1992”). A través de entrevistas personales, varios residentes describen cómo el influjo de turistas ha perjudicado a la economía, la vida social, la cultura y al medio ambiente. Condenan la manera superficial e irrespetuosa en que los turistas interactúan con la cultura barcelonesa, la cual ganó la etiqueta de “turismo de borrachera” (Walker

7:07-7:09). Un ciudadano de Barcelona explica que los mercados locales han dejado de proveer la comida tradicional ya que los turistas tienden a sacar fotos en vez de comprar comida de verdad, y así se convierten en “the biggest victims of this tourist massification as [the local markets] are the core of what is supposed to be authentic culture, they become tourist attractions” (Walker 7:23-7:33). Para adaptarse a los hábitos de los turistas, las empresas sacrifican la autenticidad por la conveniencia, “sustituyendo el comercio tradicional por tiendas de suvenires y bares de comida rápida” (Chibás Fernández 33:28-33:36). En el mismo sentido, el gobierno municipal implementó una entrada al Parque Güell en respuesta a la multitud de turistas, después de décadas de acceso no regulado. Muchos residentes protestaron esta decisión porque limitó su acceso al parque público que Antoni Gaudí donó a los ciudadanos y así cambió su esencia a favor de los extranjeros. Un hombre que creció en la vecindad de Parque Güell resume los problemas de privatizar los íconos históricos:

Quando Gaudí hizo el Parque Güell, pensó en la calidad de vida de las personas que vivían en el parque. Cuando hizo los edificios emblemáticos de Barcelona, lo mismo: pensó en los ciudadanos de Barcelona, mientras que ahora se explotan las riquezas hechas en el pasado para beneficio del turismo. El turismo bien entendido puede ser una fuente de riqueza, pero mal entendido como lo tenemos ahora no es más que la prostitución del territorio. (Chibás Fernández 51:08-51:32)

Los habitantes de Barcelona reconocen que el turismo puede respaldar a su comunidad, pero el modelo actual interrumpe y amenaza a su estilo de vida.

Además, el crecimiento del turismo de masas en ciudades españolas aumenta el costo de vida y el precio de vivienda y así expulsa a personas de sus hogares. El desarrollo de la economía colaborativa y el alojamiento de pares - lo que en inglés se conoce como “peer-to-peer accommodation”, o “P2P” - es en gran parte responsable por este mercado inhóspito. La economía colaborativa trata del intercambio de recursos entre individuos por medio de una plataforma en la red y provee la infraestructura para el alojamiento de pares, en que una persona provee alojamiento temporal directamente al consumidor (Bakker y Twining-Ward 13). La expansión drástica del ámbito de y acceso a la red en la última década fomentó la proliferación de servicios de alojamiento de pares, como Airbnb. Salvador García-Ayllón, un profesor de la ingeniería civil en la Universidad Politécnica de Cartagena, sostiene que el crecimiento exponencial de las ofertas de Airbnb en Madrid, Barcelona y Palma de Mallorca y la concentración espacial en centros urbanos y barrios tradicionales perturban las relaciones sociales y perjudican al mercado de inmuebles (16). Este modelo de turismo de pares provoca la gentrificación, el fenómeno en que “the original residents of these traditional neighborhoods are economically ‘expelled’ to the urban periphery as a result of the increase in rental prices in their neighbourhoods” (6). Los residentes ya no pueden encontrar propiedad que se puedan permitir, así que tienen que abandonar sus hogares. En *Bye Bye Barcelona*, un vecino censura la masificación de la ciudad, afirmando que “las infraestructuras no estaban pensadas para tanta gente, no estaban pensadas para ser una ciudad que acogía a tantas personas” (Chibás Fernández 20:16-20:22). El establecimiento desmandado del alojamiento de corto plazo promueve la sobrepoblación y aumenta el costo de vivir,

creando tensiones sociales indisolubles y obligando a los residentes a mudarse a las afueras.

Los viajeros deben concebir una manera más sostenible de participar en comunidades extranjeras, en caso contrario expulsarán a millones de personas de sus hogares y destrozarán las precisas culturas que quieren explorar. El deterioro de las metrópolis españolas sigue los pasos de otros centros turísticos incluso Venecia y Amsterdam. La masificación de Barcelona refleja el síndrome de Venecia, un fenómeno en que los hoteles, cruceros y turistas superan a una región y degradan la calidad de vida (Canalis). Este modelo económico provoca la turistificación, un sistema en que “los comercios, instalaciones o servicios, se acondicionan para el turista, olvidándose del residente, ocasionando que el costo de vida sólo pueda ser solventado por los turistas” (Personal de Entorno Turístico). La turistificación avivó la turismofobia, un término que sintetiza “el temor, aversión o rechazo social que sienten los ciudadanos locales de un destino hacia los turistas” (Personal de Entorno Turístico). Además, la estacionalidad que caracteriza el turismo de masas en las ciudades costeras españolas exacerba el perjuicio financiero y ambiental porque genera una gran inestabilidad en la oferta y demanda de recursos (García-Ayllón 17). Para abordar esta crisis, el gobierno español creó la Estrategia de Turismo Sostenible de España en 2019, la cual establece el criterio para un sistema de turismo que enriquece a la comunidad anfitriona tanto como al visitante (“Estrategia”). Según las recomendaciones de muchos académicos, el gobierno respalda la redistribución equitativa de recursos y servicios turísticos a través del país para descongestionar los centros populares. Para perseguir el desarrollo sostenible, se debe

reorientar el modelo de turismo hacia el involucramiento ecológico en zonas rurales en vez de explotar las urbes.

II. El desarrollo del turismo rural

El turismo de sol y playa ha empeorado la división geográfica de la población española. Como muchos países europeos, España tiene una gran densidad de población en las ciudades, incluso Madrid, Barcelona, Sevilla y Valencia. Las regiones rurales tienen treinta por ciento de la población nacional, pero tienen más del noventa por ciento de la tierra (Jurado Almonte y Pazos-García 249). El siguiente mapa ilustra la distribución desproporcionada de habitantes en España:

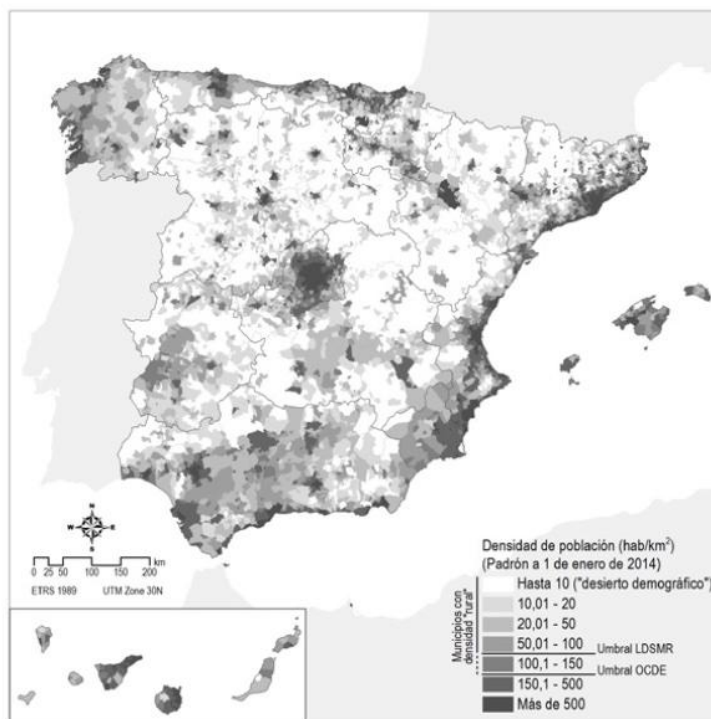


Fig. 1. La densidad poblacional de España de: Jurado Almonte, José M, y Francisco J. Pazos-García. "Población y turismo rural en territorios de baja

densidad demográfica en España.” Boletín de la Asociación de Geógrafos Españoles, no. 71, 2016, págs. 247-272. DOAJ, doi:10.21138/bage.2282.

El contorno oscuro de la costa y la diana en la capital recalcan la alta concentración de personas en las urbes, la cual intensificó el turismo del mar, la arena y el sol. Por el contrario, la amplitud de tierra blanca y gris revela la escasez de vida en las llanuras de Castilla y León, Castilla-La Mancha, Extremadura y Aragón. Esta tendencia preocupante de la despoblación de las regiones rurales “no sólo se produce por la emigración de una importante proporción de los jóvenes de estas provincias hacia grandes núcleos urbanos, sino porque los habitantes que quedan son de edad avanzada, lo que impide que aumente la tasa de natalidad y motiva que la tasa de mortalidad sea elevada” (“La España de la despoblación”). Por eso, el turismo rural es una herramienta valiosa para restaurar la población rural y revitalizar la economía, representando una alternativa sostenible al modelo tradicional del turismo de sol y playa en España.

Es difícil definir el turismo rural europeo de manera amplia y universal porque el terreno es tan diverso como las experiencias que buscan los turistas y que proveen los anfitriones (Maroto-Martos et al. 182). La Organización Mundial de Comercio brinda una definición estándar, no obstante reduccionista del turismo rural que lo califica como una actividad en que una persona se marcha de su domicilio y se queda temporalmente en un área rural para relajarse, trabajar o para otro propósito (182). Evolucionó rápidamente en el centro y el norte de Europa en la década de 1970, pero no floreció en los países mediterráneos hasta la década de 1990 porque “the emigration from the country to the cities that resulted from the urbanization of society took place later than in other countries

and in a more dramatic, more intense way giving rise to what became known as the ‘rural exodus’” (183). Para combatir este desplazamiento poblacional, la Comisión de Europa lanzó varias iniciativas que pretendían estimular al sector agrícola y diversificar la economía rural a través del turismo rural, incluso el programa LEADER (Liaison Entre Actions de Développement de l'Économie) (184). Desde que se fundó en 1991, LEADER ha creado empleos y ha financiado el turismo rural en España, Alemania y otros países europeos, enfatizando el desarrollo sostenible. Aunque se ha fortalecido la economía con éxito, no se ha cumplido los objetivos sociales y ambientales, incluso rejuvenecer la población y mejorar el medio ambiente (203). Los resultados dispares de LEADER demuestran que estas iniciativas comunitarias pueden promover el desarrollo sostenible en las comunidades rurales en España, pero deben ser monitorizadas atentamente y centrarse en el bienestar de los residentes.

Entre la amplia variedad de oportunidades que abarca el turismo rural, el agroturismo es la filial que más enfatiza la sostenibilidad. En otras modalidades, como el ecoturismo, la ornitología y el turismo deportivo, el turista simplemente observa o toma más de la naturaleza que contribuye, mientras que en el agroturismo, el turista participa de manera considerada y aporta tanto como consume. Como sucede con el turismo rural, existen múltiples definiciones del agroturismo que se centran en un eje: una experiencia turística relacionada con la agricultura. Las actividades particulares dependen de los recursos naturales de una región y las necesidades de los agricultores. Por ejemplo, la importancia económica de la cereza y la paprika en las comarcas norestes de Extremadura genera una alta demanda para ayudantes en las cerezales y las granjas de pimiento (Nieto Masot y Ríos Rodríguez 16). En Castilla-La Mancha, donde existe un

46.1% de los viñedos en España, se puede encontrar oportunidades de sobra para explorar el proceso de cultivar el vino (Plaza Tabasco et al. 719). Al promover la colaboración atenta y productiva entre el dueño de la empresa y el visitante, la teoría y la práctica del agroturismo se alinean más con los objetivos de desarrollo sostenible que las otras filiales del turismo rural.

La mayoría de los académicos que investigan el agroturismo depende de la tipología que concibió Sharon Phillip, Colin Hunter y Kirsty Blackstock hace una década, la cual establece un esbozo para clasificar y entender los diversos modelos del agroturismo. Esta tipología distingue cinco tipos de agroturismo basado en las características que corresponden a tres áreas claves del debate literario: la condición de funcionamiento de la granja, la naturaleza del contacto entre el turista y la actividad agrícola y el grado de autenticidad de la experiencia turística (754). Esta metodología produce las categorías de “(1) agroturismo sin funcionamiento de la granja; (2) granja en funcionamiento, contacto pasivo con agroturismo; (3) granja en funcionamiento, contacto indirecto con el agroturismo; (4) granja en funcionamiento, contacto directo, escenario de agroturismo; (5) granja en funcionamiento, contacto directo, auténtico agroturismo” (Soriano Cebrián 10). El siguiente flujograma representa esta división:

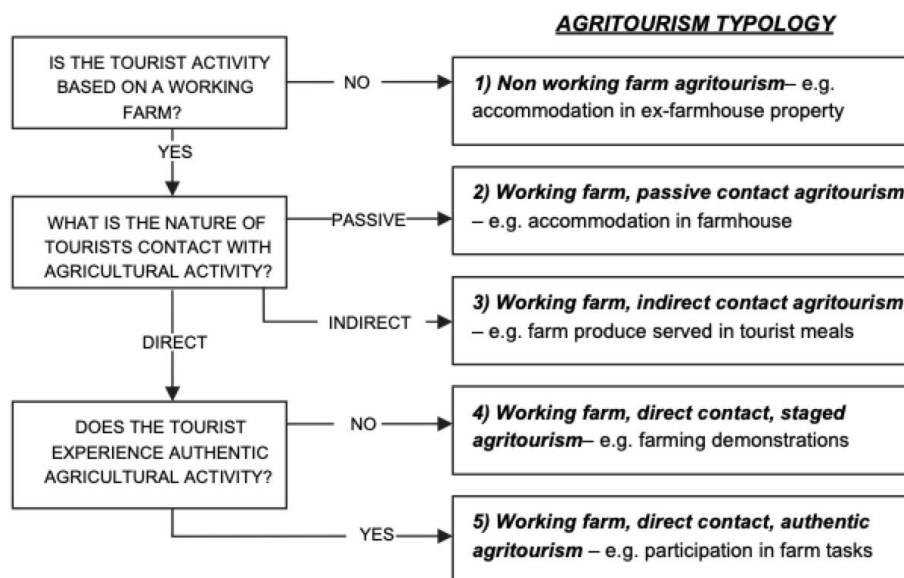


Fig. 2. Una tipología del agroturismo de: Phillip, Sharon, et al. “A typology for defining agritourism.” *Tourism Management*, vol. 31, no. 6, Dec. 2010, pp. 754-758. *ScienceDirect*, doi:10.1016/j.tourman.2009.08.001.

Según este modelo, la quinta categoría es la única que provee una experiencia auténtica de la agricultura porque se incluye al viajero en las operaciones rutinarias de la granja (Phillip et al. 756). También es la forma más rara del agroturismo porque requiere trabajo duro por parte del participante, lo cual a menudo no atrae a los turistas, los cuales suelen buscar una escapada de su propio trabajo a través de actividades de ocio. Bajo los primeros tres modelos del agroturismo, por el contrario, se restringe el alcance del involucramiento agrícola básicamente a residir en una granja o un edificio que estaba una granja y probar la comida local. La primera clase en particular ofrece una representación superficial de la vida agropecuaria y mantiene distancia entre el participante y la agricultura; ni siquiera ocurre en una granja operativa (756). Ya que las actividades, los

productos y las experiencias relacionados con el agroturismo oscilan entre alojarse en una granja reconvertida y cosechar las aceitunas, la tipología que formulan Sharon Phillip y sus colegas sirve como una herramienta crucial en definir el campo del agroturismo.

Si se lo implementa de manera consciente, el agroturismo beneficia igualmente al dueño de la empresa, al medio ambiente y al visitante. Atrae a turistas porque provee la oportunidad de conectar profundamente con el medio ambiente, la cual es rara para la gran porción de la población español que reside en las ciudades. En particular, “permite a la gente involucrarse en las tareas agrarias, ganaderas, forestales, entre otras del sector primario ofreciendo una visión de lo que es la vida en el campo o simplemente un modo de distracción” (Soriano Cebrián 2). El agroturismo conlleva ventajas de salud mental y física al permitir al participante relajarse, respirar el aire fresco y hacer ejercicio. A su vez, aquellos turistas ayudan a los directores y empleados de las empresas al dedicar su labor y atención al procedimiento y la cultura. Además, el influjo de visitantes estimula la economía de las regiones rurales porque aumenta la demanda de productos relacionados a la agricultura y entonces genera más empleo e ingresos. Al promocionar unas oportunidades de turismo interactivo en el campo, el agroturismo revitaliza a la población envejecida y menguante y así “evita el abandono de las zonas rurales y la desertización de muchos pueblos” (2). Dado los beneficios físicos, culturales, psicológicos y financieros que confiere a las partes involucradas, el agroturismo triunfa en despertar el interés del viajero y respalda al agricultor tanto como a la naturaleza.

III. El agroturismo español: casos prácticos

La artesanía tiene una gran potencial para estimular a la industria del agroturismo en España. Al capitalizar los recursos naturales y productos típicos de una región, los artesanos pueden promocionar su trabajo a un público amplio. El enoturismo ejemplifica la intersección entre el agroturismo, la artesanía y la sostenibilidad. También conocido como el turismo de vino, el enoturismo “supone un modo de ocio placentero que conjuga el placer del disfrute de los vinos con aspectos relacionados con la cultura” (San José 1). El vino es un producto codiciado a través del mundo y simboliza la elegancia, el lujo y la relajación. Su papel social y su significado cultural crean las bases para una experiencia que involucra al turista en un proceso artesanal valorado. El enoturismo transforma el consumidor pasivo y desconectado en un participante activo y conocedor del proceso vitivinícola. Numerosos académicos han analizado el papel del enoturismo en el desarrollo económico de regiones rurales en España y otros países y han concluido que es una manera exitosa de vincular a la demanda en crecimiento del turismo cultural con planes de acción para promover y diversificar económicamente los viñedos (Plaza Tabasco et al. 720). En otras palabras, “el vino, con sus paisajes y bodegas, unido a la gastronomía y el patrimonio natural-cultural se está convirtiendo en el principal estímulo del viajero y explica el desarrollo del turismo rural en la Rioja, en la comarca de Ribeira Sacra en Galicia, en el Somontano de Huesca o en la comarca del Priorat en Tarragona” (Jurado Almonte y Pazos-García 269). La demanda creciente de experiencias auténticas de viaje y la amplitud de viñedos en España generan las condiciones prometedoras para desarrollar el enoturismo.

La Bodega Cortijo El Cura es un establecimiento ejemplar del enoturismo. La eco-bodega está ubicada en el campo árido de Laujar de Andarax, Almería, al sur de la cordillera de la Sierra Nevada. La familia Sánchez Vizcaíno la fundó en 1998 al fin de proveer los primeros vinos ecológicos en la provincia (“Bodega”). Los directores cultivan el vino exclusivamente orgánico y anuncian que “elaboran productos de alta calidad y estrictamente ecológicos, respetando el medio ambiente y apostando por un desarrollo sostenible” (“Bodega”). Venden una selección de comida que producen otras empresas ecológicas locales en La Alpujarra incluso el salchichón, el queso de cabra, la mermelada y el aceite de oliva virgen extra (Cortijo El Cura Eco-Bodega). La bodega ofrece una variedad de experiencias para los visitantes, ya sea vienen en parejas o en un grupo. Un paquete, la “Visita degustación,” ofrece un recorrido guiado de los viñedos, el museo agrícola y la bodega, además de tres tipos de cata en que se puede probar varios vinos, aceitunas, tomates, embutidos y almendras, todo de cosecha propia o preparado de forma artesanal (“Visitas”). Cortijo El Cura proporciona estas experiencias cabales para enriquecer la estancia rural del turista al enseñarle de primera mano sobre la historia y cultura de la región. El turista, a su vez, apoya a la economía rural y a las pequeñas empresas y así promociona este estilo de agroturismo.

En el mismo sentido, el oleoturismo demuestra el potencial de la artesanía de fortalecer el sector de agroturismo español. Esta especialización del turismo rural invita al visitante a descubrir la historia y cultura del aceite de oliva a través de “visitas a almazaras, catas de aceite, desayuno molinero y visitas turísticas guiadas aprovechando los recursos locales asociados a la producción del aceite de oliva” (Vázquez de la Torre y

Gutiérrez 96). Como el vino, el aceite de oliva forma parte de la estructura rica de la gastronomía española; de hecho, España produce más aceite de oliva que algún otro país (“Los mejores planes”). El aceite desempeña un papel prominente en las rutas alimentarias, unos sistemas que fomentan la participación organizada de turistas en ciertas actividades agropecuaria, gastronómica y cultural dentro de una región (Vázquez de la Torre y Gutiérrez 92). Estas rutas forman redes locales que conectan a los productos agrícolas con los consumidores curiosos y leales. El principal objetivo es “consolidar la cultura productiva regional, revalorizar los productos regionales y dinamizar las economías regionales a través de la promoción de los productos” (92). Se utiliza la plétora de aceite de oliva de denominación de origen protegido en España para atraer a visitantes al campo y darlos una muestra - figuradamente y literalmente - de la región. Como consecuencia de iniciativas como la ruta gastronómica, la industria oleícola ha ganado una reputación estimada que estimula el mercado del oleoturismo.

Se puede encontrar oportunidades de oleoturismo en varias comunidades autónomas, especialmente en Andalucía, donde se cultiva la mayoría de los olivos del país (“Los mejores planes”). Los programas de la Oleícola San Francisco ejemplarizan la relación simbiótica entre los granjeros de olivas y los forasteros. Ubicada en el corazón de la provincia andaluza de Jaén, la almazara brinda una variedad de actividades que se hacen a medida de los intereses de los visitantes para mostrarles el proceso de cosechar las olivas y producir el aceite. Durante la temporada de la cosecha, la cual dura desde octubre hasta enero, se ofrece una experiencia llamada “Aceituneros por un día,” en que el turista puede ponerse en el lugar de un recolector de olivas (“Experiencias”). Para

realzar la experiencia gastronómica, se puede comer el desayuno típico de los trabajadores de la almazara, el cual incluye zumo de naranja, jamón de bodega, tomate jaenero triturado y aceitunas aliñadas (“Experiencias”). Este estilo de degustación anima al forastero a informarse de primera mano sobre la cultura tradicional y la vida diaria de los trabajadores esenciales a la economía jaenesa. Al desempeñar los deberes de un aceitunero en la provincia que produce más aceite de oliva que alguna otra provincia u otro país, el turista contribuye a la economía no solo a nivel local sino también a nivel nacional e internacional.

El turismo del queso forma otro sector del agroturismo que combina la gastronomía con el ocio y el conocimiento experiencial, proveyendo una percepción sobre los asuntos internos de un producto ampliamente popular. España es conocida por su queso que se produce a lo largo del país, notablemente en las áreas rurales (Fusté-Forné 60). El siguiente mapa localiza los veintiocho quesos con denominación de origen protegida e indicación geográfica protegida en España:

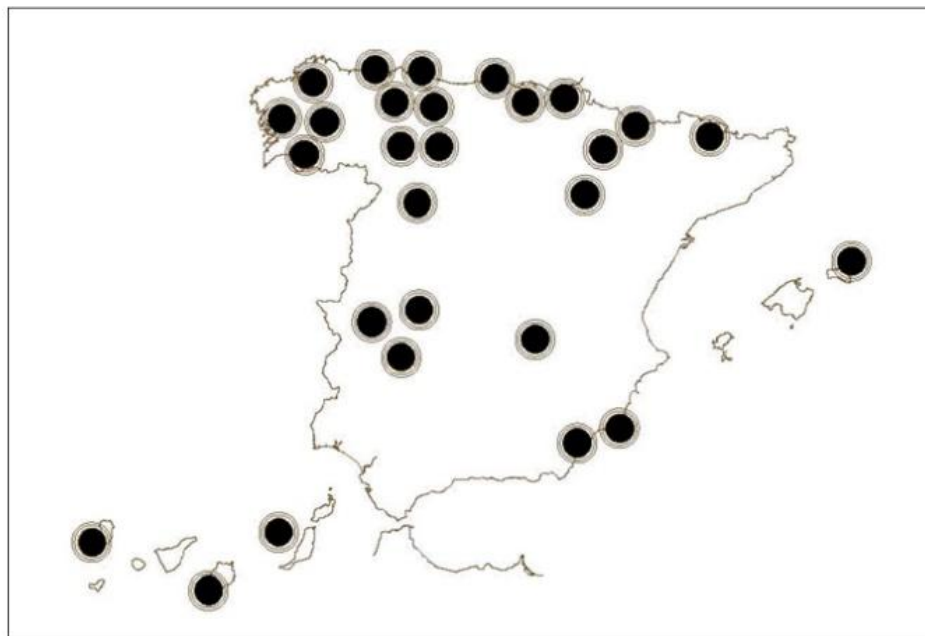


Fig. 3. Un mapa de la localización de quesos con DOP e IGP en España de: Fusté-Forné, Francesc. “Alimentación y turismo: potencialidades de la elaboración de queso en España.” *CULTUR*, vol. 12, no. 2, el 15 de diciembre de 2018, págs. 60-87. *Portal de Periódicos Eletrónicos*.

Como se puede ver, la distribución de quesos protegidos corresponde a varias comunidades autónomas que tienen una baja densidad poblacional y un paisaje rural, incluso Castilla y León, Aragón y las regiones a lo largo de la Costa Verde. Por eso, el turismo del queso está situado perfectamente para fortalecer las economías rurales. La diversidad del queso añade al encanto de la travesía. Para producir el Queso de Gamonedo de Denominación de Origen Protegida en los Picos de Europa, se mezclan las leches de cabra, vaca y oveja, consiguiendo un olor ahumado y sabor picante (69). El Queso Manchego gana fama internacional; para ello se utiliza la leche ovina de la raza

manchega en la región de La Mancha (75). En el sureste de la provincia de Cáceres, se cultiva la DOP Queso Ibores con la leche de tres razas de cabra, y el color, aroma y sabor varían depende de la incorporación de aceite o pimienta (75). Debido a la amplia variedad de consistencias, sabores, ingredientes y procesos de producción, cada visitante puede encontrar un queso que le guste.

El paquete Idiazabal demuestra las posibilidades de involucrar a turistas en la historia y cultura del queso español. Se centra en el queso idiazabal, el cual se describe como “una de las joyas gastronómicas del País Vasco y Navarra elaborado únicamente con leche cruda de ovejas de las razas Latxa y Carranza” (“Nuestro Queso”). A partir del verano de 2018, el paquete Idiazabal ha ofrecido una experiencia turística valiosa que incluye visitas especiales a varias queserías, un par de restaurantes y el Centro de Interpretación de Queso en la provincia vasca norteña de Guipúzcoa (Elorza). Aun si no se participa en el paquete, se puede visitar el rebaño admirable de ovejas latxas que mantiene la quesería Gaztañaditxulo y aprender sobre las operaciones en ciertos días durante el verano (Elorza). Los directores combinan la innovación con la tradición, afirmando que “manteniendo las costumbres de nuestros ancestros y combinándolos con las novedades tecnológicas, nuestro objetivo es lograr una leche de gran calidad siempre acorde con la bio-sostenibilidad” (“Quesería Gaztañaditxulo”). Como la quesería Gaztañaditxulo, la quesería J. Aranburu participa en el paquete Idiazabal y también ofrece recorridos y demostraciones personales que incluyen la degustación del queso Idiazabal y otras exquisiteces locales, como el txakoli (“Visítanos”). Estas empresas son fuentes de conocimiento histórico y quieren compartirlo con extranjeros. El paquete

Idiazabal tiende puentes sociales y económicos entre los productores, los expertos y los consumidores del queso idiazabal, fomentando el intercambio intercultural de la sabiduría y tradición.

Estancias interactivas en granjas van más allá de la artesanía al permitir al visitante quedarse en un cortijo. Combinan el lujo de quedarse en una vivienda rústica con el privilegio de observar y participar en los quehaceres agropecuarios. El huésped disfruta la escapada al campo y aprende de primera mano sobre una variedad de prácticas y costumbres agrícolas. La Casa rural Las Lucías, una finca que promueve el bio-agroturismo, ejemplifica esta clase de experiencia agroturística. Está ubicada en el Geoparque Villuercas, que se describe como “la comarca más desconocida y montañosa de Extremadura, lo que ha permitido que siga prácticamente virgen y posea la mayor biodiversidad de la región” (“La finca”). Las colinas ondulantes, la vegetación exuberante y el aislamiento geográfico fomentan un ambiente relajante que atrae al turista que quiere escaparse del ajetreo de la ciudad y reconectar con sus raíces. La casería puede hospedar a dieciséis personas y los dueños ofrecen varios paquetes de actividades, incluso la bicicleta, la observación de aves, la equitación, las comidas de productos de comercio justo y de la granja y el recorrido del taller de lácteos. Se prioriza la salud y el cuidado de sus animales de granja; las cabras, las ovejas, las vacas, los burros y las gallinas deambulan libremente por la finca y así producen leche, huevos y carne frescos y deliciosos (“Los animales”). Los visitantes pueden ordeñar las cabras, una actividad que es particularmente popular con los niños y que asiste a los granjeros con sus quehaceres. Sin embargo, una desventaja de esta empresa es el costo: una estancia de dos noches en la

casa completa cuesta 900 euros (“Precios”). El alto precio de las experiencias auténticas puede restarle valor al bio-agroturismo al restringir la gama de personas que pueden participar. Además de las actividades agropecuarias, los directores de Las Lucías animan al huésped a que haga excursiones a otras regiones de Extremadura. En su sitio web, se promociona una Ruta de Queso de Extremadura, múltiples rutas e itinerarios geológicos en el Geoparque Villuercas-Ibores-Jara, unas visitas a la Cueva de Castañar y otras actividades que invitan al turista a explorar la naturaleza impresionante y cultura valiosa de la región (“Actividades”). La Casa rural Las Lucías promueve la participación de forasteros no solo en sus operaciones diarias sino también en eventos en los alrededores, la cual enriquece la experiencia del agroturismo para el turista, el anfitrión y la comunidad en general.

IV. Preocupaciones sobre el agroturismo

Aunque el agroturismo y otras filiales del turismo rural ayudan a redistribuir la población humana y diversificar la economía, conllevan unos riesgos y problemas. Su éxito depende de la organización burocrática, la consideración medioambiental y la planificación en el largo plazo. Si no se prioriza la sostenibilidad ni los deseos y las necesidades de la población residencial, se termina repitiendo los problemas del turismo de sol y playa (Pérez Pena). José Manuel Pérez Pena, un ecologista español, ilustra los defectos del agroturismo en su análisis de unos modelos problemáticos en Castilla-La Mancha. Critica la planificación a corto plazo del agroturismo en la provincia de Albacete, sosteniendo que “la debilidad de la Administración regional, su bisoñez y

desconocimiento del turismo así como la falta de profesionales cualificados y de recursos suficientes permitieron que la oferta turística se organizara a golpe de voluntarismo y de elevadas dosis de improvisación” (Pérez Pena). Además, la confusión que envuelve las definiciones del agroturismo y el turismo rural implica la apropiación incorrecta de la etiqueta de agroturismo. En cualquier caso, el turismo rural no puede solucionar todos los problemas económicos, sociales y culturales, sino que puede formar parte de una solución (Pérez Pena). De manera similar, Carmen Vázquez Varela y Fernando Martín Gil, dos académicos españoles que forman parte del Grupo de Investigación TERRITORIAL, enfatizan el papel del agricultor experto en el agroturismo sostenible:

El turismo puede ayudar al mantenimiento de los paisajes tradicionales cuando es gestionado por agricultores y ganaderos que operan en modelos de complementariedad de rentas. Esta forma de trabajo es frecuente en comunidades autónomas que, como el País Vasco, han puesto en marcha oferta de agroturismo para favorecer el mantenimiento de actividades agrícolas y ganaderas que apenas aportan rentas suficientes para garantizar niveles aceptables de calidad de vida a las familias rurales. (185)

Es crucial que las personas que formulan e implementan el agroturismo u otro tipo de turismo rural tengan la pericia y el compromiso para realizar una industria productiva y sostenible.

Otros problemas relacionados con el agroturismo se originan de las expectativas que guardan los turistas. A menudo una persona forma ideas preconcebidas sobre un destino antes de llegar, las cuales afectan sus decisiones y experiencias de viaje. En su

investigación sobre los problemas de sostenibilidad que generan los modelos de turismo rural en España, Vázquez Varela y Gil identificaron las expectativas del turista como un obstáculo a la sostenibilidad, explicando que “el escaso conocimiento de la población urbana de los medios rurales determina, por ejemplo, que los espacios puestos en valor, mediante su incorporación al mercado turístico, con frecuencia no son más que estereotipos de lo que las urbanitas piensan que es el medio rural” (176). Los residentes de las ciudades que visitan el campo tienden a imaginar un destino rústico que difiere de su entorno normal pero todavía provee los lujos a que están acostumbrados, como el transporte eficiente, acceso al Internet de alta velocidad y ciertos tipos de diversión.

Vázquez Varela y Gil problematizan esta mentalidad en las siguientes palabras:

Esta visión atractiva, pero distorsionada de los medios rurales desde una mentalidad urbana, que pretende crear un lugar donde el urbanita ‘descanse’ de su rutina diaria, puede ser interesante para el desarrollo rural, al proporcionar condiciones para generar ingresos procedentes de actividades no agrícolas, pero también induce profundas transformaciones socioeconómicas y puede favorecer la degradación del patrimonio rural. (176)

El turista urbano debe acoger el reto de sumergirse en una comunidad rural de manera respetuosa y de mente abierta y ser consciente de los efectos medioambientales, económicos y sociales de sus acciones. A nivel cultural, los expertos sostienen que el “desarrollo turístico sostenible en el mundo rural debería garantizar que los territorios no pierdan las señas de identidad que los configuran como destinos singulares” (185). Puede ser difícil lograr un modelo de agroturismo sostenible porque requiere que el proveedor

crea una experiencia agradable para el visitante y que el visitante minimice su impacto ecológico y cultural.

España se encuentra en una encrucijada con respecto al turismo. Las grandes ciudades arriesgan a perder su población natal y su cultura auténtica porque los empresarios otorgan prioridad a la multitud de turistas. En la última década, cada vez más turistas han utilizado plataformas internacionales de pares como Airbnb para reservar alojamiento en vez de los hoteles tradicionales, además de gastar su dinero en cadenas de restaurantes y tiendas de recuerdos que no invierten en la comunidad local. Estas tendencias resultan en una economía desequilibrada e insostenible y una sociedad interrumpida por el comportamiento antisocial. El agroturismo puede rejuvenecer la población rural de España a la vez que diversifica la economía y alivia la presión en las ciudades. Ya que hay diversos tipos de agroturismo, incluso el enoturismo, el oleoturismo, el quesoturismo y estancias en granjas, ofrece una multitud de opciones que pueden atraer a una amplia variedad de viajeros.

Sería fútil discutir el futuro del turismo sin reconocer y abordar la pandemia del COVID-19. Al principio de 2020, la difusión rápida y mortífera del virus provocó múltiples oleadas de cierres nacionales que restringió la movilidad de millones de personas. Ahora, más de quince meses después de los primeros cierres, todavía existen regulaciones que impiden que las personas viajen de manera libre como hacían anteriormente. La pandemia ha proveído una oportunidad de desacelerar y reflexionar sobre los hábitos de viaje. Cada persona debe interrogar sus razones para viajar a ciertos

destinos, particularmente a las ciudades que se han vuelto centros del turismo, como Ámsterdam, Barcelona y Venecia. Debe reconocer que estas urbes son los hogares de algunas personas y poseen una cultura rica que la turistificación está destruyendo y desplazando. Si no, los centros de la cultura española siguen los pasos del Parque Güell que “como muchas áreas de Barcelona se ha convertido en un parque temático exclusivamente para uso y disfrute del turismo” (Chibás Fernández 38:10-38:17). Ahora que un número creciente de personas se está vacunando contra el coronavirus y algunos países están suavizando las restricciones en los viajeros, ya es hora de cambiar el comportamiento y esforzarse por crear esquemas sostenibles del turismo. Ya es hora de invertir en el turismo rural y comprometerse a seguir el turismo sostenible en España.

Obras citadas

“Actividades.” *Casa Rural Las Lucías*, 2013,

<https://www.laslucias.com/la-casa-rural/la-finca/>. Accedido el 10 de mayo de 2021.

Bakker, Martine, and Louise Twining-Ward. “Tourism and the Sharing Economy: Policy and Potential of Sustainable Peer-to-Peer Accommodation.” *World Bank Group*, 2018,

<https://openknowledge.worldbank.org/bitstream/handle/10986/30452/130054-REVISED-Tourism-and-the-Sharing-Economy-PDF.pdf?sequence=1&isAllowed=y>. Accessed 11 Apr. 2021.

“Barcelona 1992; 25 Years Later - Tourism Statistics.” *Architecture of the Games*, el 4 de dic. de 2017,

<https://architectureofthegames.net/1992-barcelona/barcelona-1992-25-years-later-touris-statistics/>. Accedido el 14 de mayo de 2021.

“Bodega.” *Cortijo El Cura Eco-Bodega*, <http://cortijoelcura.com/es>. Accedido el 22 de abr. de 2021.

Canalis, Xavier. “Turismo de masas: el riesgo de morir de éxito.” *Hosteltur*, el 7 de sept. de 2014,

https://www.hosteltur.com/171500_turismo-masas-riesgo-morir-exito.html.
Accedido el 11 de abr. de 2021.

Chibás Fernández, Eduardo. “Bye Bye Barcelona.” *YouTube*, uploaded by Bye Bye Barcelona, el 30 de marzo de 2014,

<https://www.youtube.com/watch?v=kdXcFChRpmI>. Accedido el 11 de abr. de 2021.

Cortijo El Cura Eco-Bodega. *Facebook*,

<https://www.facebook.com/CortijoElCuraEcoBodega/>. Accedido el 23 de abr. de 2021.

Crowded Out: The Story of Overtourism. Directed by Beth Walker. Responsible Travel, 2018. *Films for the Earth*.

Elorza, M.C. “El ‘paquete Idiazabal’, novedad de la temporada turística.” *El Diario Vasco*, el 29 de jun. de 2018,

<https://www.diariovasco.com/tolosa-goierri/paquete-idiababal-novedad-20180629001707-ntvo.html>. Accedido el 9 de mayo de 2021.

Entorno Turístico Staff. “¿Qué es la turismofobia?” *Entorno Turístico*, el 16 de jun. de 2017,

<https://www.entornoturistico.com/que-es-la-turismofobia/>. Accedido el 11 de abr. de 2021.

“Experiencias.” *Oleoturismo*, <https://oleoturismojaen.com/experiencias/#aceituneros>.

Accedido el 26 de abr. de 2021.

Fusté-Forné, Francesc. “Alimentación y turismo: potencialidades de la elaboración de queso en España.” *CULTUR*, vol. 12, no. 2, el 15 de dic. de 2018, págs. 60-87.

Portal de Periódicos Eletrónicos.

García-Ayllón, Salvador. “Urban Transformations as an Indicator of Unsustainability in the P2P Mass Tourism Phenomenon: The Airbnb Case in Spain Through Three

Case Studies.” *Sustainability*, vol. 10, no. 8, 18 Aug. 2018, págs. 1-21. MDPI, doi: 10.3390/su10082933.

Jurado Almonte, José M, y Francisco J. Pazos-García. “Población y turismo rural en territorios de baja densidad demográfica en España.” *Boletín de la Asociación de Geógrafos Españoles*, no. 71, 2016, págs. 247-272. DOAJ, doi:10.21138/bage.2282.

“La España de la despoblación.” *El Orden Mundial*, el 2 de abr. de 2019, <https://elordenmundial.com/mapas/la-espana-de-la-despoblacion/>. Accedido el 7 de mayo de 2021.

“La finca.” *Casa Rural Las Lucías*, 2013, <https://www.laslucias.com/la-casa-rural/la-finca/>. Accedido el 10 de mayo de 2021.

“Los animales.” *Casa Rural Las Lucías*, 2013, <https://www.laslucias.com/la-casa-rural/los-animales/>. Accedido el 10 de mayo de 2021.

“Los mejores planes de oleoturismo.” *Portal oficial de turismo de España*, <https://www.spain.info/es/descubrir-espana/mejores-planes-oleoturismo/>. Accedido el 25 de abr. de 2021.

Maroto-Martos, Juan Carlos, et al. “Chapter 9: The Importance of Tourism in Rural Development in Spain and Germany.” *Neoendogenous Development in European Rural Areas: Results and Lessons*, edited by Eugenio Cejudo and Francisco Navarro, Springer, 2020, pp. 181-205.

- Nieto Masot, Ana, y Nerea Ríos Rodríguez. “Rural Tourism as a Development Strategy in Low-Density Areas: Case Study in Northern Extremadura (Spain).” *Sustainability*, vol. 13, no. 1, 29 Dec. 2020, pp. 1-21. MDPI, doi:10.3390/su13010239
- “Nuestro Queso.” *Quesos Aranburu*, 2014, <http://quesosaranburu.com/nuestro-queso/>.
Accedido el 9 de mayo de 2021.
- Peréz Pena, José Manuel. “Los problemas ambientales del turismo rural.” *Uvdelpuna*, Blogia, el 11 de sept. de 2007,
<https://uvdelaspuna.blogia.com/2007/091105-los-problemas-ambientales-del-turismo-rural.php>. Accedido el 15 de mayo de 2021.
- Phillip, Sharon, et al. “A typology for defining agritourism.” *Tourism Management*, vol. 31, no. 6, Dec. 2010, pp. 754-758. *ScienceDirect*, doi:10.1016/j.tourman.2009.08.001.
- Plaza Tabasco, Julio José, et al. “Heritage, vineyard and tourism: Specific resources to innovate the territorial development of Castilla-La Mancha.” *Cuadernos de Turismo*, vol. 1, no. 40, July-Dec. 2017, pp. 719-722. *ProQuest*,
<https://search.proquest.com/docview/1977742187?pq-origsite=gscholar&fromopenview=true>.
- “Precios.” *Casa Rural Las Lucías*, 2013, <https://www.laslucias.com/precios/>. Accedido el 17 de mayo de 2021.
- “Quesería Gaztañaditxulo.” *Quesería Gaztañaditxulo - Idiazabal*,
<https://www.gaztainaditxulo.com>. Accedido el 10 de mayo de 2021.

San José, María Luisa González. “Enoturismo y entornos sostenibles.” *Arbor*, vol. 193, no. 785, el 30 de sept. de 2017, pp. 1-12. *DOAJ*, doi:10.3989/arbor.2017.785n3005.

Secretaría de Estado de Turismo del Gobierno de España. “Estrategia de Turismo Sostenible de España 2030.” *Secretaría de Estado de Turismo*, 2019, <https://turismo.gob.es/es-es/estrategia-turismo-sostenible/Paginas/Index.aspx>.
Accedido el 3 de mayo de 2021.

Soriano Cebrián, Margarita. “Agroturismo: análisis comercial del mercado.” *Universitat Politècnica de València*, el 20 de oct. de 2017. *RiuNet*, <https://docs.google.com/viewerng/viewer?url=https://riunet.upv.es:443/bitstream/handle/10251/89646/SORIANO+-+Agroturismo:+análisis+comercial+del+mercado.pdf?sequence%3D1&isAllowed=y>.

Valero Martínez, Tomás. “¡Bienvenido, Mr. Marshall!” *CineHistoria*, <https://cinehistoria.com/portfolio-item/bienvenido-mr-marshall/>. Accedido el 16 de abr. de 2021.

Vázquez de la Torre, María Genoveva Millán, y Eva María Agudo Gutiérrez. “El turismo gastronómico y las Denominaciones de origen en el Sur de España: Oleoturismo. Un estudio de caso.” *PASOS*, vol. 8, no. 1, 2010, págs. 91-112. *PASOS*, doi:10.25145/j.pasos.2010.08.008

Vázquez Varela, Carmen, y Fernando Martín Gil. “Problemas de sostenibilidad del turismo rural en España.” *Anales de Geografía*, vol. 31, no. 1, 2011, págs. 171-194. *ProQuest*, doi:10.5209/rev_AGUC.2011.v31.n1.8.

“Visítanos.” *Quesos Aranburu*, 2014, <http://quesosaranburu.com/visitanos/>. Accedido el 13 de mayo de 2021.

“Visitas.” *Cortijo El Cura Eco-Bodega*, <http://cortijoelcura.com/es>. Accedido el 23 de abr. de 2021.