EL TURISMO RURAL COMO TURISMO CULTURAL: SU PAPEL EN LA CONSERVACIÓN, TRANSMISIÓN Y FORMACIÓN DE LA IMAGEN RURAL

Diego A. Barrado Timón
Marina Castiñeira Ezquerra

1. Turismo Rural: ¿Turismo Cultural?

¿Puede el turismo rural, con sus actuales características, ser interpretado inequívocamente como turismo cultural? ¿Se establece una relación equilibrada en este sentido entre los visitantes, la sociedad y el espacio de acogida? La respuesta que los estudios sobre este tema ofrecen es habitualmente positiva.

Desde el lado de la demanda, desde la posición del visitante potencial, se señala «la dimensión pedagógica y cultural de esta forma de ocio» (Ruiz Avilés,1995,501). Se estima la posibilidad de entrar en contacto y conocer modos de vida diferentes y directamente vinculados con la naturaleza, con territorios y paisajes distintos a aquéllos que sirven de escenario a la vida cotidiana.

Con mucha mayor profusión se han destacado los beneficios culturales percibidos desde la oferta turística. Desde este punto de vista, a la nueva potencialidad económica que suponen estas inversiones, se le suma la posibilidad de conservar unas trazas y sociedades que se hallan en trance de desaparecer. La decadencia aparentemente inevitable del sector primario y el poblamiento rural, en zonas donde hasta hace poco tiempo estos factores habían sido la principal fuente de actividad económica y los modeladores del paisaje, se plantea habitualmente como un problema socioeconómico y ambiental. Pero cabría interpretar también la caída de este sector como una pérdida cultural, si coincidimos, por ejemplo con Martínez de Pisón, en afirmar que el paisaje modelado por la interacción de esa actividad económica y la sociedad transciende el concepto de territorio para configurarse como «un hecho cultural» (Martínez de Pisón,1997,46). Así, atendiendo al problema del peligro de desaparición del paisaje y a su conservación, tendríamos que valorar el turismo rural como una de esas «soluciones culturales» (Martínez de Pisón,1997,39) imprescindibles para evitar que sea arrasado y sustituido por alguna imitación falsaria.

Si el turismo rural se interesa por desempeñar una función pedagógica para con los visitantes, así como por mantener la idiosincrasia del entorno rural evitando contaminaciones que lo desvirtúan, debería calificarse, sin duda, como turismo cultural. No obstante, ciertas actitudes adoptadas en el intercambio turístico obstaculizan en puridad tal identificación. Los problemas aparecen principalmente en relación con el paisaje, el principal recurso utilizado desde el punto de vista geográfico.

Por un lado, se observa la tendencia a transmitir y generar una imagen del paisaje rural estereotipada y simplificadora, con el fin de atender a los supuestos gustos de la demanda. El visitante parece desear el reencuentro con una naturaleza idílica producto de la fantasía y de la memoria colectiva. Esta inclinación lírica se refleja en la historia de la cultura occidental, si consideramos en esta última la recurrencia fáctica de motivos naturalistas a lo largo del tiempo y en el seno de sociedades diversas.

Pero existe otra posibilidad aun más grave que la de la mera subversión de los valores del imaginario: la de la adecuación física del territorio a esa imagen ideal, para proporcionar supuestamente el contento de los visitantes. Tal hecho acarrearía como consecuencia para nuestro patrimonio la desaparición del paisaje como legado, al no corresponderse éste con una memoria y unos contenidos socioculturales acumulados a lo largo de un proceso histórico. En este sentido, no podría ser interpretado como un hecho cultural, convirtiéndose, por lo tanto, en una reconstrucción *inculta* del mundo rural.

2. La imagen transmitida.

El turista busca contactar con un ámbito que no le pertenece, con lo lejano en el espacio o en el tiempo, quizá con lo que siente haber perdido, ya sea personal o colectivamente. Todas las sociedades urbanas europeas tienen un

pasado rural más o menos cercano y una herencia cultural a él asociada, por lo que el paisaje, como representación de la memoria colectiva de la ruralidad, se configura paulatinamente, de manera más o menos impuesta, como una de las imágenes turísticas más poderosas. En la práctica, como afirma D. Lowenthal, esta «memoria se localiza y se encuentra más fácilmente en el espacio que en el tiempo, en sus representaciones locales que en las crónicas y la historia» (1996, 245).

Sin embargo, la búsqueda subjetiva en esa *alteridad* espacial y acaso temporal del fragmento perdido de identidad personal y colectiva, choca con la progresiva *des-diferenciación* (Rojek, 1997) sociocultural que proporciona el mundo de las comunicaciones en que nos desenvolvemos. La transferencia de valores e imágenes de unos lugares a otros supone un viaje de ida y vuelta, pero en el caso de las relaciones campo-ciudad es sin duda mucho más poderoso el contagio producido desde la sociedad urbano-industrial al medio rural: transformaciones económico-productivas (mecanización, agricultura industrial, especialización y pérdida de diversidad, etc.); introducción de elementos externos, sobre todo en las cercanías de las grandes ciudades (segundas residencias con tipologías foráneas, equipamientos deportivos, etc.); e influencias socioculturales (emigración y despoblamiento, envejecimiento, olvido de costumbres, etc.).

El campo se transforma, y no se corresponde con la rememoración estética que de él hacen aquellos urbanos que persiguen esos tiempos y espacios rurales enajenados, ni tampoco con el lugar adaptado que desean para sus prácticas recreativas. Este tipo de demanda orienta sus preferencias según una secuencia de idealización que iguala lo atractivo a lo tradicional o no contaminado, y finalmente de esto a lo aislado geográfica y socialmente, como mayor garante de pureza; aunque no se desea prescindir de la seguridad y de cierto bienestar que se pueden comprar en la sociedad *civilizada*.

Haciéndose eco de esta demanda, la oferta acondiciona con instalaciones y métodos modernos el viaje del turista, pero remarca la supuesta incolumidad del paisaje, medio ambiente, costumbres y elementos populares (artesanía, arquitectura, etc.), en muchos casos más allá de lo justificable. La publicidad pone especial énfasis en señalar la ausencia de influencias externas contaminantes, tanto físicas como culturales, rechazando mostrar cualquier aspecto real relacionado por ejemplo con la mecanización y la evolución cultural.

Se puede apreciar, además, la tendencia a comercializar una imagen que encaja con los tópicos naturalistas de la conciencia colectiva occidental. Los que intervienen de manera más relevante en los gustos paisajísticos del turista y, por tanto, en la imagen del paisaje rural que la oferta turística proyecta con frecuencia, son fundamentalmente *locus amoenus*, *paraíso* y *selva arcádica*. Si el primero aporta una conjugación clave de elementos y formas de composición (amenidad, seguridad y reposo a través de la armonía que forman la verde pradera, un breve conjunto de árboles, un motivo acuático y una alfombra floral), el segundo realza el contenido moral y espiritual de esa composición (eterna abundancia y gozo otorgados al ser humano), y el tercero aplica los anteriores al campo como ámbito de la poesía lírica pastoril. El escenario tradicional de este último incluye además cierto ordenado desorden arbóreo, cierta exuberancia o flexibilidad compositiva adicional. Un rasgo que despliega un abanico más amplio de posibilidades para la imagen del paisaje rural en cuanto que abre a lo montañoso, a lo relativamente abrupto o intrincado.

Cuando estas reseñas convencionalizadas de representación del paisaje protagonizan la imagen del campo, sin atender a sus particularidades socioculturales, tanto la comprensión de ese entorno particular como la de nuestra misma tradición literaria y artística devienen superficiales o incluso erradas. Perseguir y confundir la fantasía naturalista occidental por antonomasia en y con el paraje concreto a observar, subvierte la riqueza primordial de ambos polos.

Una fusión de este tipo entraña simplificación y uniformización de una realidad que es mucho más rica a cualquier escala que se analice. La enorme variedad, riqueza y complejidad de los paisajes rurales se resumen en una serie de símbolos naturalistas que no van mucho más allá del color verde o floral, las zonas forestales y el agua. Al acercar el mundo rural al vergel

edénico o a esa mítica Edad de Oro de la poesía, se esconde también el esfuerzo inherente a las tareas agrícolas o al proceso social que ha modelado el paisaje, pues estas representaciones ideales de la memoria occidental no incluyen el trabajo para alcanzar, en abundancia, todo lo humanamente necesario para una vida placentera. La idealización esconde los graves problemas inherentes al espacio rural tradicional pues «no muestra nada del pasado real, conflictual y difícil del campo» (Eizner,1996, 375).

Si el turismo aboga finalmente por proyectar esta imagen superficial del entorno rural, la vertiente cultural reivindicada del mismo se convierte en una *justificación* dirigida a sublimar y dignificar, con fines comerciales, pautas recreativas estereotipadas. Al visitante del mundo rural se le atribuye una *alta cultura* cercana a la tradición del viajero y descubridor decimonónico, frente a la *baja cultura* del turismo de masas, cuando lo que se le ofrece es una malinterpretación industrial que hace homogénea la variedad sociocultural que poseen los diversos espacios de acogida.

Recurrir a la idealización naturalista para elaborar el imaginario turístico rural lleva implícita la ocultación, por parte de organismos superiores, de todo síntoma de crisis rural, producto del fin del productivismo certificado con la reforma de la PAC. El espacio rural europeo está perdiendo su función tradicional de productor de materias primas y alimentos, por lo que, de manera más o menos impuesta desde consensos político-económicos, se le atribuye en parte un nuevo cometido, que en este caso es el de servir como lugar de ocio en el que *curarse* de los males de la vida urbana. Bajo esta voluntad «el campo es ideológicamente visto como la anticiudad» (Eizner, 1996, 377), algo que nunca ha sido, y menos a partir de ese proceso de *desdiferenciación* ya comentado. El campo, el mundo rural, son evidentemente diferentes a la ciudad, al modo de vida urbano, pero no constituyen lo opuesto, lo absolutamente *otro*. Algo que el turista buscará inútilmente en la realidad del paisaje, y que determinará, como veremos, la transformación del mismo de acuerdo a esa idea perseguida.

Anotemos, pues, para finalizar este apartado, una primera inquietud sobre la que volveremos al final de la ponencia. En cierto modo, la imagen que transmite el turismo acerca del mundo y el paisaje rural es una idealización, que encierra en parte una decisión política de readaptación funcional del mundo rural, de acuerdo a intereses económicos y comerciales.

En la medida en que falsee la realidad, el turismo rural no cumpliría la función pedagógica y cultural que, según valorábamos anteriormente, permitiría calificarlo de «turismo cultural». Porque si bien la ensoñación lírica forma parte de nuestra cultura y mecanismos psicológicos, si resultara por ello imposible dejar de transcender la mera visión del espacio-objeto, este sentimiento sólo llegaría a ser culto a través de un posicionamiento personal autónomo en la percepción y valoración del paisaje. Una estetificación impuesta y acrítica, basada en la manipulación finalista de nuestro acervo convencional, desvirtuará tanto la realidad física del paisaje como la evocación fantástica de la ficción naturalista tradicional.

3. Del paisaje real al paisaje mítico.

Asistimos, por tanto, a la proyección de una imagen falseada del mundo rural. Pero este fenómeno cobra tal magnitud que hasta el propio paisaje se puede llegar a rehacer conforme a los símbolos que impone el imaginario. Este hecho constituiría un fenómeno mucho más grave. Ya no supondría tan sólo adornar líricamente la oferta de determinadas prácticas turísticas (también otras como la segunda residencia) recurriendo a convenciones inconscientes que comportan una respuesta emotiva en el receptor del mensaje. La actualización física del campo conforme a tópicos implica la transformación fáctica del paisaje real en paisaje mítico.

El paso de tradiciones y paisajes que son resultado de la acumulación histórica de una cultura y un modo de vida, a productos turísticos, provoca un cambio de su significado, de sus valores y de su sistema de adscripción (Lanfant, 1994). Pero además, si lo que el turista busca ha desaparecido o incluso no ha existido nunca, no basta con recrearlo en el imaginario sino que será necesario simularlo en la práctica. La idealización del mundo rural es ya muy antigua, lo que es nuevo es el convencimiento de que ahora debe ser realizada, vivida. Se crea así una

neocultura, una *neotradición* e, incluso, un *neopaisaje* a imagen y semejanza de las motivaciones y expectativas que los estudios de mercado atribuyen a los turistas.

El *neopaisaje* es un lugar marcado por una serie de cánones estéticos. A impulsos de los gustos de unos visitantes que, habitualmente y por lejanía, son ajenos y desconocedores de las verdaderas cualidades culturales del paisaje rural, el imaginario de éste se reconstruye con restos de diferentes fuentes y recuerdos, mezclando referencias originarias del lugar, leyendas antiguas asimiladas a través de tópicos tradicionales como ideales propios, y presupuestos o prejuicios de la mentalidad urbana.

La *actividad neopaisajística* supone un problema mayor que el que ofrece la conservación extemporánea a la funcionalidad o *museización* del paisaje. Es común la preocupación de que el turismo, la visión foránea, propicie que «la esfera de la vida rural se convierta en un museo de sí misma» (Bentmann y Müller,1975, 188), tema sobre el que volveremos más adelante. Sin embargo, el museo implica un distanciamiento cultural y no una inmersión, se reconoce como tal, permitiendo además la posibilidad de una penetración crítica y la conservación de una realidad histórica preexistente, aunque generalmente descontextualizada.

Como advierte la ya citada socióloga francesa M.F. Lanfant (1994), el problema surge cuando este tipo de artificios llegan a presentarse como verdaderos, auténticos. Entonces el observador o visitante penetra en otro registro más profundo de alteración continental, el del *simulacro*, que no entraña la conservación de una realidad desaparecida sino su sustitución por otra inventada. El turismo podría entonces propiciar en lugar de la conservación del paisaje rural, su sustitución por otro irreal. Promovería, por lo tanto, la creación de una realidad rural *inculta*.

4. El papel del turismo en la construcción de la realidad rural.

Lo que se pretende poner de manifiesto en las páginas precedentes es la existencia de una cierta contradicción entre una ideología cultural del turismo, como actividad que toma claro partido por la preservación de la identidad, la memoria y el paisaje rural, y la observada tendencia que presenta a favorecer la ruptura y la sustitución. Tal oposición ya fue puesta de manifiesto por M.F. Lanfant (1994). Su análisis descubre una retórica turística que, pese al avance de la mundialización y, por tanto, de la *des-diferenciación* cultural, toma siempre partido por las identidades culturales, interpretadas éstas ingenuamente como baluartes de pureza inmutables sin corrupción ni contaminación.

En realidad, las contradicciones que encierra el turismo en el mundo rural reproducen la tensión *Tradición*/*Modernidad* ya constatada a escala más amplia. El extremo *Tradición* implica aquí enraizamiento, herencia, costumbres, sistemas de filiación y ancestros. El extremo *Modernidad* implica a su vez extraversión, globalización, *des-diferenciación* y *desterritorialización* (cfr. Lanfant, 1994). Sobre ningún valor intermedio de estos parámetros, y tampoco sobre sus extremos, se podría apuntalar la consideración del turismo rural como turismo cultural. Examinemos esto con más detenimiento.

La proyección de una imagen rural y un paisaje que remite nostálgicamente a una *Tradición* anquilosada y que es, por tanto, tomada como una utopía regresiva, no conseguiría hacer del turismo un salvador del mundo rural, puesto que «la unión tradicional entre paisaje rural y vida rural está rota» (Lowenthal,1996,-247). Ejercer una presión para detener la evolución del paisaje no habría de enmendar la disfuncionalidad con el ámbito vital.

La preocupación por conservar, en gran medida como recurso turístico, parajes que no son en sí mismos excepcionales, sugiere que «el contexto social que garantizaba su perennidad no está ya en posición de hacerlo» (Jollivet,1996 ,26). Como afirma M. Jollivet (1996), se ha pasado de poner el acento en el contenido (mundo rural) a enfatizar el continente (espacio rural), transformación semántica que parece expresar que la sociedad que formó el paisaje ya no existe. Éste último se convierte, en consecuencia, en un escenario vacío que está disponible para representar cualquier nueva función con la que otro público asistente lo revalorice. Efectivamente, es «cuando las sociedades rurales dejan de ser autónomas cuando se sueña con ellas, cuando se

las desea y son reivindicadas» (Hervieu,1995 ,36).

El resultado lógico de la reutilización escénica es la conversión en museo; esto es, la conservación de una morfología sin contenido, un significante vacío de significado, un *subpaisaje* rural. A ejercer como museo han quedado finalmente relegados muchos de los pueblos cercanos a esos enormes emisores de turistas que son las grandes ciudades. Se han convertido en cascarones vacíos que sólo cobran vida los fines de semana, pues sus únicos *habitantes* y destinatarios son los urbanos, cuando los paisajes sólo pueden ser entendidos como testigos culturales cuando están «envueltos en la vida» (Martínez de Pisón,1997, 48).

En cuanto al otro extremo de esa tensión que el turismo impone a los espacios rurales, la *Modernidad* entendida como globalización, como importación de trazas foráneas consideradas cultural y ambientalmente superiores, hemos ya insistido anteriormente en las desventajas que comporta.

Un problema más sutil, el ya comentado del *neopaisaje*, resulta de la pretendida unión de *Tradición* y *Modernidad*. Ninguna conciliación intermedia entre ambos aspectos extremos puede resultar satisfactoria; sí, acaso, más peligrosa. Presenciaremos entonces un claro intento de realizar un *simulacro* del mundo rural. En tal caso, la supuesta *Tradición* se presenta tamizada por y para el imaginario de los habitantes de la ciudad, recogiendo de ella tanto contenidos ideológicos y simbólicos como elementos físicos, con unas técnicas de *condensación espacio-temporal* (vid. Rojek, 1993) en cierta medida similar a la de los parques temáticos.

En definitiva, las estrategias adoptadas por el turismo para cuidar y promocionar la idiosincrasia rural corren el peligro de autotraicionarse. No embargante, tomar conciencia de estos riesgos aumenta las posibilidades del turismo de ayudar a la salvación del mundo rural, a la conservación de su auténtica imagen, y potencia su vertiente cultural. Plantearse estos problemas invita a matizar el casi unánime, apasionado y a veces irreflexivo entusiasmo en este sentido, similar al que ya se ha denunciado en el análisis de las nuevas posibilidades que ofrecen los recursos turísticos para el desarrollo económico (vid. en este sentido López Ontiveros y Mulero, 1997, 103). Una legitimación prematura de las estrategias turísticas de revalorización del paisaje podría conducir a un empobrecimiento paulatino del mismo, quizá irreversible, en toda su realidad geográfica.

Los paisajes rurales son realidades cambiantes y frágiles, que en el momento actual se encuentran en crisis, lo que puede conllevar su sustitución y arrasamiento. Su conservación es un asunto, desde luego, urgente, pero también lo es delicado por su complejidad. No debe consentir la fosilización y, por esta razón, «sólo será posible mediante readaptaciones funcionales, incluyendo en ellas las que surgen de las nuevas realidades culturales» (Martínez de Pisón,1997, 48). Evidentemente, el turismo puede formar parte de una de esas nuevas *realidades culturales*, y convertirse, en consecuencia, en una fuente de readaptación funcional, sin tener por ello que caer en la destrucción o en el falseamiento de lo previamente existente.

A este fin, parece necesario superar la tensión *Tradición*/*Modernidad* heredada del turismo de masas que como vimos aboca a la tríada de resultados opcionales *fosilización/simulación/arrasamiento*. Tal castillo kafkiano parece, sin embargo, conjurable a través de la adopción de otro parámetro estratégico para la recuperación turística, que observa al mismo tiempo la conservación y la readaptación funcional del paisaje: la relación *Cultura/Sostenibilidad*. *Cultura* rural significa aquí algo más que la mencionada *Tradición* rural, en cuanto alude a renovación vital y a evolución de las costumbres sociales y rasgos culturales del mundo rural junto con sus trazas físicas, como es en este caso el paisaje, sin que ello entrañe arrasamiento o desaparición. Por otro lado, *Sostenibilidad* de la sociedad rural no implica tampoco arrasamiento, y aún menos sustitución, siendo su contrario. Se trata de promover el mantenimiento histórico y futuro combinando memoria con evolución, consiguiéndose así que el mundo rural vuelva a ser autónomo. Es una estrategia que renuncia al total confinamiento; habrán de rechazarse ciertas influencias externas, pero otras podrán ser recibidas y adaptadas a un sistema propio de valores.

Entendido de este modo, el turismo po-

dría ser aprovechado de manera positiva en aquellas zonas rurales en las que genere cierta animación, a pesar de la manipulación a que se somete la moda de vuelta a la naturaleza y del riesgo que esto supone (Valenzuela, 1988). Podría, pues, contribuir a la refundación de la autonomía y del dinamismo perdidos por el mundo rural, sin desvirtuarlo.

5. El turismo rural como actividad cultural.

Para finalizar, nos gustaría romper una lanza a favor de la proyección, por parte del turismo, de una imagen honesta del mundo rural, que tanto beneficiaría a la conservación de nuestro patrimonio. Por el contrario, una representación adulterada acarrearía la uniformización, el abandono y la pérdida de gran parte de nuestra memoria en relación con el mundo rural. De hecho, la atribuida vertiente cultural del turismo sólo será posible si se supera esa visión reduccionista.

La sociedad rural que fuerce su aspecto para acomodarse a los gustos de los turistas perderá su carácter genuino. Sería recomendable evitar esta situación. Así debería entenderlo, al menos, un turismo que apostara por la cultura. Además, esta actitud no ha de ir en detrimento de la rentabilidad y sostenibilidad temporal de la recreación rural. Nadie, tampoco el visitante del campo, persigue un espejismo toda su vida, y sólo la autenticidad podrá mantener la actividad turística en el tiempo como actividad económica.

Pero en todo caso, la preservación del paisaje rural debe ir más allá de su mantenimiento como recurso turístico o de cualquier otra índole, pues «el costo de la pérdida en paisaje es siempre un costo en civilización» (Martínez de Pisón,1997, 48). Esta opción conservacionista se justifica por sí misma, pero implica también una parte importante de racionalidad económica: paisajes hoy rechazados, podrían ser valorados en el futuro. De hecho, la historia muestra que los gustos turísticos en relación con los recursos geográficos cambian, por lo que, como afirma M. Valenzuela (1986), el turismo constituye una de las pocas actividades que no puede conocer con anterioridad todos sus recursos.

Tampoco pretendamos del turista una imposible visión objetiva del paisaje, pues ésta siempre depende del observador y la cualificación de su mirada (Martínez de Pisón, 1997). Esta cualificación de la mirada, la educación sobre el significado, la variedad y la idiosincrasia paisajística permitirá luego adentrarse conscientemente en la ensoñación, en la búsqueda de ese *paraíso perdido*, *paraje mítico* o *jardín soñado*, en libertad y en actitud precavida frente a la posible manipulación especulativa o comercial que juega con nuestros arquetipos inconscientes. Pasar del análisis al ensueño, como delicadamente poetiza R. Sánchez Ferlosio:

> «Y se subía a los altos y miraba los distintos colores de la tierra y lo que era arenoso o calizo y donde había más o menos agua y donde batían más los distintos vientos y lo que estaba al socaire y las solanas y las umbrías y los declives y otras infinitas condiciones que hacían la tierra varia y difícil. Pero Alfanhuí entornaba los ojos para ver todo esto...»

Si la idealización naturalista fuera una necesidad psicológica legítima, fruto de un anhelo humano profundo, con mayor razón deberíamos cuidar los contenidos y la ideología que del actual espacio rural transmite el turismo. Si admitimos que en la nostalgia por el campo perviven nuestros más íntimos deseos idílicos y utópicos, tendríamos que aceptar su importancia para orientar el destino de nuestra sociedad eminentemente urbana, y encontrar lo que en la naturaleza pervive como meta de toda acción humana.

BIBLIOGRAFÍA.

BENTMANN, R. y MÜLLER, R. (1975). *La villa como arquitectura del poder*, Barral; 238 págs.

EIZNER, N. (1996). «Postface», en Jollivet, M. y Eizner, N. op. cit.; pp. 367-377.

HERVIEU,B. (1995). "El espacio rural europeo entre la ruptura y el desarrollo", en Ramos, E. y Cruz, J; pp. 27-48.

JOLLIVET, M. (1996). «Les fondements agraires de l'Europe», en Jollivet, M. y Eizner, N. op. cit.; pp. 15-34.

JOLLIVET, M. y EIZNER, N. (1996). *L'Europe et ses campagnes*, Presses de Sciences Po; 399 págs.

LANFANT, M.F. (1994). «Identité, memoire, patrimonie et 'touristification de nos societés», *Societés*, nº 46. Hemos utilizado una traducción parcial aparecida en *Revista de Occidente*, nº 193; pp. 148-151.

LÓPEZ ONTIVEROS, A. y MULERO, A. (1997). «Síntesis de la investigación reciente sobre recreación rural en España (1960-1995), *Agricultura y Sociedad*, nº 83; pp. 77-116.

LOWENTHAL, D. (1996). «Paysages et identités nationales», en Jollivet, M. y Eizner, N. op. cit.; pp. 245-271.

MARTÍNEZ DE PISÓN, E. (1997). «El paisaje, patrimonio cultural», *Revista de Occidente*, nº 194-195; pp. 37-49.

RAMOS, E. y CRUZ, J. (1995). *Hacia un nuevo sistema rural*, MAPA, Serie Estudios; 790 págs.

ROJEK, C. (1993). *Ways of Escape. Modern Transformations in Leisure and Travel*, MacMillan Press. Hemos utilizado la traducción de un capítulo aparecida en *Revista de Occidente*, nº 193; pp. 56-69.

RUIZ AVILÉS, P. (1995). « Perspectivas y nuevas orientaciones del turismo rural», en Ramos, E. y Cruz, J. op cit.; pp. 495-515.

VALENZUELA, M. (1986). «Territorio y turismo. Ideas para una revisión crítica y constructiva de las prácticas espaciales del turismo», *Estudios turísticos*, nº 90; pp. 45-56.

VALENZUELA, M. (1988). «El turismo rural, la vuelta a la tierra de las sociedades urbanas», *Referencias*, nº 4; pp. 29-33.

Esta comunicación se incardina en un trabajo más amplio de los mismos autores, en el que se analiza el papel del turismo rural como un último capítulo de la historia de idealización de la naturaleza aplicado al mundo rural.