

Turismo rural, lingua e desenvolvemento local

CARLOS VALCÁRCEL RIVEIRO

Departamento de Filoloxía Galega

XOSÉ M. SANTOS SOLLA

Departamento de Xeografía

Universidade de Santiago de Compostela

O turismo verde ou ecoturismo, no que se engloba o denominado turismo rural, é sen dúbida unhas das modalidades turísticas que experimentou un maior crecemento nos últimos anos. Así, algúns autores e autoras falan xa da consolidación a nivel mundial dunha nova oferta turística baseada xa non nos tres “s” - *sun, sand & sea*-, senón nos tres “n”: *nature, nostalgia & nirvana*. A oferta de turismo rural en Galicia insírese nesta modalidade ecoturística que responde ás necesidades de afastamento das masas e desconexión dos complexos urbanos. Por outra banda, e especialmente no noso país, este tipo de turismo propón unha volta ó agro que os pais ou avós dos actuais turistas deixaran para ir á cidade. Deste xeito os visitantes buscan un encontro persoal real cun espacio natural real e unha experiencia vital real ó longo dun curto período vacacional real. A procura de novas realidades é, pois, unha vez máis, o que leva ós turistas a cambiar de destino, neste caso o medio rural, para se apropiar del e transformalo.

O discurso promocional dos novos espazos turísticos rurais artéllase en función destes desexos de cambio e deste anxeio posmoderno de beatitude. “Galicia, Pórtico de la Gloria”, un dos últimos slogans de Turgalicia, responde perfectamente á nova demanda ecoturística urbana. Por outra banda, dende os organismos planificadores e xestores da actividade turística tamén se establece outra estratexia retórica paralela na que se amosa o turismo rural como a única solución dos graves problemas económicos, sociais e culturais que sofre o agro galego. Sen embargo, tomando como mostra o factor dos usos lingüísticos a respecto do sector da demanda turística, do da oferta e das comunidades agrarias anfitriónas vemos que no caso galego non se están a cumprir os obxectivos propostos e que tampouco se ten en conta, ademais, o impacto que pode ter a actividade turística sobre o hábitat sociocultural rural.

Turismo rural e desenvolvemento local

A crise que padece o medio rural produce transformacións importantes na súa lóxica espacial e, consecuentemente, socioeconómica. Esta situación de

cambio, provocada por esa transición dende unha sociedade predominantemente rural a outra urbana, supuxo unha mestura de actividades e de comportamentos que dificulta a identificación paisaxística de cada un destes ámbitos. Por outra banda, a perda máis significativa afectou ó campo que ó invadir a cidade e logo verse invadida por ela, mudou completamente as súas características ata o punto de que resulta difícil actualmente falar de medio rural en sentido estricto.

A perda de rendibilidade das actividades tradicionalmente levadas adiante no medio rural así como uns modos de vida pouco axeitados para os tempos da modernidade, foron motivos que impulsaron o abandono do campo. As escasas rendas xeradas, sobre todo nun país como Galicia no que dominan as pequenas explotacións, e un traballo arreo no que non existen vacacións e que está socialmente mal considerado, son razóns abondosas para que a autoestima do sector chegue ós niveis máis baixos e á fuxida cara á cidade. Tamén os cambios no comportamento da muller, auténtico soporte do sistema, afectaron de xeito fundamental. O ambiente opresivo das redes sociais primarias a penas lle deixa lugar para o seu desenvolvemento persoal que, na teoría, é máis favorable na urbe, onde as posibilidades laborais e a liberdade individual son máis amplas.

Como consecuencia de todos estes fenómenos e doutros relacionados coa aplicación dunha política agraria agresiva en contra das pequenas explotacións galegas (é dicir, a maioría), o campo foi quedando baleiro, avellentado ou, no mellor dos casos, refuxio residencial, espacio contedor de poboación pero sen contido de seu. A súa misión pasou a ser a de fornecedor de man de obra das cidades e das vilas do país e alén das nosas fronteiras. No aspecto cultural as perdas son evidentes de xeito que moitos dos elementos vivos hai tan só unhas décadas pasan a formar parte do folclore, da lembranza e das tradicións.

Dun tempo a esta parte comezou a preocupar a angustiada situación do noso campo aínda que non tanto polo que sucedera como polo que ía ocorrer. O proceso de especialización agraria, consolidado xa no continente, e o ingreso na Unión Europea, obrigaba a Galicia a se mergullar de cheo no capitalismo dende unha posición que estrema coa ultraperiferia, sendo a capacidade de presión mínima. O agro galego a pesar do esforzo de modernización dificilmente poderá soportar a competencia directa das rexións do norte. Aínda por riba, trátase de convencer de todas as inconveniencias que supoñen as pequenas explotacións sen se decatarse da súa grande flexibilidade e das posibilidades que ofrecen no ámbito da cooperación.

A contradicción que supuña un agro desvalorizado e sen rendibilidade económica dende a perspectiva antes comentada, e a preocupación por evitar que o baleirado demográfico fose total, obrigaba á procura de solucións. E o turismo apareceu como a mellor de todas ó xuntar ó seu redor os requisitos xustos para facer desta unha actividade interesante dende calquera punto de vista. Polo tanto, para comezar podemos dicir que o turismo no medio rural é unha resposta ante a crise da agricultura, pero unha resposta institucional como demostra o alto grao de intervención da administración. Ó contrario que o movemento masivo cara ás praias iniciado nos anos cincuenta que foi en principio

impulsado pola iniciativa privada, o que se dirixe ó campo ten detrás o apoio dos gobernos.

Como quedou comentado, a oportunidade de potenciar o turismo no espacio rural tiña moitas vantaxes. Dunha banda, xa fora demostrado o grande interese económico do turismo que, para o caso español, actuou como motor do desenvolvemento económico pasando a ser unha industria básica para a boa marcha das contas do Estado. Doutro lado, Galicia ficaba á marxe dese fenómeno debido a que nin as súas condicións climáticas nin as características demandadas polas multinacionais do sector eran as axeitadas. Polo tanto, a participación no reparto de dividendos do negocio turístico tiña que vir dunha motivación diferente á de sol e praia, dominante ata ese momento.

O desenvolvemento en países industrializados do centro e do norte de Europa dun turismo no que se valoraban os espazos naturais e todo o que significase contacto coa natureza, abriu as portas á súa instalación na Península, primeiro no Norte de Portugal e en Aragón, Cataluña... e, finalmente, Galicia. A súa gran vantaxe derivaba de que sumaba beneficios económicos e a posibilidade de compensar a agricultura pola escasa rendibilidade da súa actividade e polo seu desmantelamento. Deste xeito, malia non haber traballo na terra, evitárase que a emigración continuase, ficando a poboación no campo. A nova función dos seus habitantes sería a de coidar da natureza, convertendo o seu espacio productivo nun territorio recreativo para o disfrute dos outros no seu tempo de ocio. Á motivación ecoloxista engádeselle a cultural posto que ó seren espazos que conservaron mellor as tradicións teñen unha alta capacidade de atracción sobre os visitantes interesados nese aspecto.

Para a política europea, tan preocupada polo ambiente, pola cultura e mais polo equilibrio, a potenciación desta actividade entraba de cheo nos seus obxectivos. Ademais, a necesidade de compensar os territorios periféricos pola destrución do seu sistema productivo agrario era efectuada desta maneira. Considerábase que así se restauraba economicamente o que se desfacía polo outro sitio. Diferentes programas comunitarios empezaron a achegar cartos para o fomento da actividades turísticas no medio rural. Namentres, para os receptores dos cartos abríase un horizonte descoñecido: despois de séculos de esquecemento semellaba xurdir unha preocupación pola mellora da súa situación. De todos os xeitos, o máis beneficiado non foi precisamente o común da poboación, que na súa meirande parte segue allea ó turismo e continúa a soportar o crítico estado de abandono e marxinación do sector.

Tamén é bo ter sempre en conta que o turismo no noso caso o que fixo foi aproveitar a posición de febleza do rural para se asentar e conquistar un terreo que durante séculos pertenceu á familia labrega. É só unha minoría a que se beneficia desta actividade, xa que o movemento económico que xera ten como punto de partida a administración, que actúa como promotora, pasa logo ás organizacións e institucións que distribúen, xestionan e planifican, e, finalmente, é o turista urbano o encargado de pechar o círculo coa demanda dos servizos. O papel que se lle atribúe ó campesiñado é fundamental en canto que é un elemento imprescindible na atracción turística, mais na perspectiva económica fica atrapado entre dous polos e con escasa capacidade de decisión. Só

cando conseguen superar a titorización do poder público e levar iniciativas de seu, mellora a súa posición. De todos os xeitos, temos que lembrar que co turismo rural se está a pretender substituír unha actividade productiva básica orientada á alimentación por outra de tipo recreativo, máis inestable, conxuntural e controlada en todas as súas partes dende fóra.

Deixando de lado estas consideracións, o que debemos salientar é que o modelo que se trata de asociar ó turismo rural pretende superar moitas das eivas que feriron gravemente o turismo de sol e praia, fundamentalmente a masificación, a aculturización e a destrución do patrimonio natural e cultural. Pasados os anos de euforia e acougado o espírito triunfalista dos anos 60 e 70, as análises sobre o fenómeno turístico empezaron a pór en evidencia a desfeita provocada pola chegada masiva de visitantes así como o seu carácter rotatorio e os cambios producidos nas súas demandas. Os danos as veces eran de tal magnitude que dificilmente había remedio. Pero mesmo obviando os estragos ambientais, foi gañando forza a idea de que os beneficios económicos xerados por esta actividade non eran tan importantes como se cría e que, ó contrario, a dependencia dos axentes externos facía máis feble e vulnerable a posición da economía local.

Como acabamos de dicir, o turismo no espacio rural quixo dende un primeiro momento evitar todas esas deficiencias. A base sobre a que se montou a súa estrutura foi o apoio institucional quen planificou e incentivou o seu crecemento coa idea de compensar a delicada situación da agricultura, e de atraer os ingresos do turismo. Xorden e popularízanse conceptos novos, como o de desenvolvemento endógeno, desenvolvemento autocentrado, desenvolvemento sustentado, desenvolvemento dende abaixo, ou desenvolvemento local, que se tratan de aplicar ás novas liñas de actuación sobre os espacios en crise e nos que o turismo pasa a ser sempre un elemento importante á hora de levalas á práctica.

Simplificando o contido daqueles conceptos sinalados no parágrafo anterior, pódese dicir que todos eles teñen en común a procura dun desenvolvemento que implique as poboacións afectadas tanto na iniciativa como nos beneficios, aproveitando os recursos locais e minimizando os impactos culturais e ambientais para que as xeracións futuras non vexan comprometida a súa existencia. Como se pode apreciar, a filosofía de fondo é conseguir un crecemento económico duradeiro e respectuoso coa riqueza patrimonial no seu senso máis amplo. Por outra banda, o papel que se lle outorga ós habitantes dos territorios afectados é fundamental, malia que se considera a posibilidade de investimentos foráneos sempre e cando conserven ese espírito inicial.

Cabería pensar que a aplicación desta política tan razoable se debe ó fracaso e á inutilidade deses territorios para a posta en práctica doutra diferente. De feito, o interese polas mesmas para a súa aplicación ás periferias xorde cando o foxo entre ricos e pobres é maior e cando a desfeita cultural e ambiental acada momentos de máxima gravidade. Unha vez que foron suficientemente explotados, ou cando non se ve a fórmula para sacalos do seu atraso, recórrase ó desenvolvemento local; a partir de aí o fracaso será imputado ás propias sociedades incapaces de seu de avanzar no crecemento respectuoso. Lembremos que a

preocupación por facer efectiva estas ideas ten a súa orixe nos organismos internacionais controlados polos países do Norte.

Para o caso galego, xa temos comentado que foi sobre todo a destrución das economías campesiñas e a inutilidade de todas as políticas seguidas por frear o despoboamento do campo, o que levou á adopción de todas estas teorías do desenvolvemento local que, insistimos, son aplicadas ós territorios periféricos como un intento máis de favorecer o seu crecemento, e como unha xustificación de desfeitas pasadas e de incapacidades de conseguir un equilibrio entre todas as rexións europeas. En calquera caso, e obviando este contexto xeral, a idea básica é boa aínda que serodía.

Neste ámbito de desenvolvemento local o turismo constitúe unha peza chave do sistema. As vantaxes son moi numerosas: investimentos moderados, valorización e coidado do patrimonio, beneficios económicos e mellora da imaxe. Os impactos visuais adoitan ser francamente positivos e a chegada de visitantes cunhas características moi particulares aumenta a autoestima da poboación residente cara á súa contorna. Polo tanto, temos uns efectos que se axustan perfectamente ás liñas marcadas por esa filosofía do desenvolvemento local e que leva a unha apaixonada defensa da súa implantación dende voces xurdidas da política e da ciencia. Sen embargo, e deixando de lado o fondo da súa existencia, poucas veces se fala das consecuencias negativas que tamén ten.

Por exemplo, poucas veces se formulan unhas preguntas que nos parecen básicas: ¿realmente necesita esa comunidade do turismo para acadar o seu desenvolvemento?, ¿non hai máis alternativas para estimular o crecemento económico?, ¿o coidado do patrimonio natural e cultural debe estar unicamente en función do turismo?, ou ¿é desexable a promoción turística dun espacio concreto, e é factible? Estas e outras dúbidas merecen unha resposta antes de dar ningún outro paso cara á posta en práctica de medidas incentivadoras do turismo. E esas respostas cómpre que sexan conxuntas xa que son cuestións que están intimamente relacionadas.

Unha boa planificación turística ten que estar inserida no ámbito máis amplo da planificación global dun territorio e nela o turismo pode ter ou non ter cabida, depende de cada caso en particular. A riqueza patrimonial non pode ser o único estímulo para o seu desenvolvemento, de feito os recursos créanse e calquera elemento garda unha potencialidade de atracción sobre os visitantes. Coidamos, xa que logo, que é moito máis interesante analizar os impactos que provocaría esa actividade e as diferentes alternativas que se poderían formular para que a comunidade afectada acadase un crecemento continuado e harmónico.

É moi importante considerar a fraxilidade dun espacio á hora de promover unha actuación turística. Na súa vertente ambiental a chegada de visitantes pode provocar un dano irreparable por máis que se procüre minimizar o seu impacto. Algúns ecosistemas son tan delicados que a capacidade de carga que soportan é moi baixa. E isto contando con que o comportamento do viaxeiro sexa responsable, circunstancia dificilmente controlable por moito que nos

últimos tempos se insista nos cambios de actitude que amosan as persoas a respecto do medio natural.

Dende a perspectiva cultural tamén se pode falar de impactos moi negativos, sobre todo porque as comunidades máis illadas, que normalmente son as máis atractivas para os visitantes, adoitan ser moi fráxiles, ou mellor dito, moi vulnerables ante as influencias exteriores. Tense demostrado que o turismo busca ante todo a novidade, todo o que resulte alleo á vida cotiá e satisfaga o seu desexo de admiración. Unha vez cuberta esa demanda abandona o lugar na procura doutra nova experiencia. Por outra banda, como parte contratante que pon o diñeiro, está nunha posición de esixencia fronte ó que recibe ou acolle.

As consecuencias da atracción de visitantes son de índole diversa. En primeiro lugar, a poboación receptora ten que aceptar a súa parte do contrato e acomodarse ós desexos do foráneo, deixando de boa gana que invada o seu espacio vital; como se verá, dende a perspectiva da lingua (que, curiosamente, nun modelo cultural coma este esquécese que é o primeiro elemento na cultura dun pobo) a adaptación ten que vir de quen se sitúa no lado baixo da relación. En segundo lugar, o suposto incremento da autoestima do anfitrión pasa pola mercantilización da súa cultura, que aparece como un elemento de intercambio nunha das industrias máis xenuínas do capitalismo serodio. Paradoxalmente, a medida que se adapta ás demandas do viaxeiro, este, ó se decatara da falsidade da oferta, foxe cara a un novo destino. Péchase así o ciclo destructivo cultural do turismo. Son numerosos os exemplos que se teñen estudado no mundo; é certo que son case sempre análises de pobos do Sur, pero non debemos esquecer que Galicia é unha periferia dentro do Norte polo que moitos comportamentos son semellantes.

Outra das preguntas que debemos formular fai referencia a posibles alternativas económicas diferentes do turismo. Desgraciadamente para o caso galego, unha das bases sobre as que sempre se traballa é a da escasa rendibilidade da agricultura, especialmente das pequenas explotacións. Neste senso é necesario un cambio de dirección que posibilite a obtención de beneficios das mesmas. A agricultura a tempo parcial non pode nin debe ser estigmatizada; ó contrario, a súa flexibilidade permite que o campesiñado de Galicia sexa moito máis resistente ante as dificultades.

Polo que fai á industria, está demostrado o fracaso das grandes concentracións no medio rural. Sen embargo, o éxito dos sistemas productivos locais dá pulo á idea de que este sector pode ser o auténtico motor do desenvolvemento endógeno ou autocentrado. O interese real polos territorios periféricos quedaría demostrado coas axudas a este tipo de iniciativas, aínda que estas só consistisen na creación do clima social necesario para comezar a traballar nesa dirección. Actualmente a pasividade na que foron somerxidas as comunidades rurais semella non querer rematar. E as melloras viarias rexistradas en Galicia nos últimos tempos só semellan estar a servir para acelerar a emigración ou para chegar a cidade ó campo, pero non para favorecer o crecemento deste.

Por suposto, o turismo pode ser unha boa alternativa para acadar o desenvolvemento local. O sinalado nos parágrafos anteriores non lle resta valor de

uso. Sen embargo, insistimos na necesidade de que vaia acompañado dunha planificación global que contemple o conxunto de repercusións negativas e positivas que se poden derivar da súa posta en práctica. Ademais é necesario que ese impulso dende arriba chegue en primeiro lugar abaixo para que os conceptos de endógeno (que implica mobilizar os recursos propios) e autocentrado (que se basea na prioridade da poboación local) sexan efectivos.

Concretando todo o que levamos comentado no caso galego, debemos dicir que o turismo en espacio rural responde tamén a esa consideración europea que atribúe ás periferias o papel de reservas recreativas do centro traballador. A lóxica capitalista escapa das marxes e a elas dáselles un tratamento diferenciado. Ademais, o propio goberno autonómico foi un defensor importante do turismo na figura do presidente Fraga, cunha traxectoria política na que esta actividade sempre destacou como unha das máis sobranceiras do seu labor. De feito a creación dunha Secretaría Xeral, directamente dependente da súa figura, no canto dunha Dirección Xeral, reflicte xa ese especial tratamento.

Malia que o turismo rural comezou a se desenvolver na Galicia case coa década dos noventa (é dicir, coincidindo coa chegada de Fraga á Presidencia da Xunta), existiron algúns antecedentes de menor importancia como o programa de vacacións en casas de labranza, iniciado en 1968 e que a penas tivo éxito. De todos os xeitos, hai que ter en conta que a valoración do campo como lugar de descanso non está vencellada ás campañas institucionais, senón que tradicionalmente actuou como acougo do emigrante escapado á cidade. A diferenza substancial está en que agora entra nos circuítos comerciais e, xa que logo, no mercado turístico.

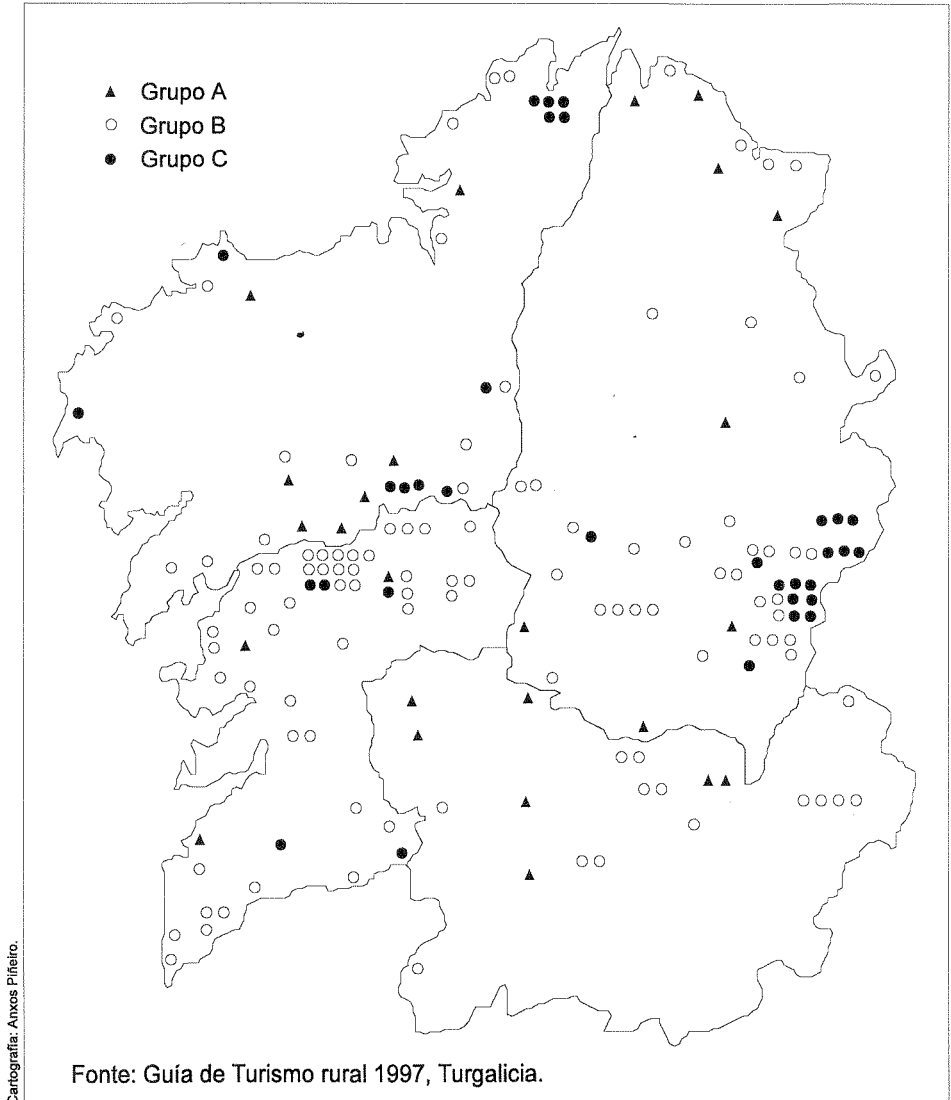
A regulamentación da actividade turística na década dos noventa leva a establecer tres categorías nos tipos de aloxamento:

- Grupo A: inclúe pazos, mosteiros, casas grandes e casas rectorais, distinguíndose entre hoxpedería (cando se comparte o uso da vivenda cos turistas e oferte, como mínimo, media pensión alimenticia) e residencia (cando a familia anfitrióna non viva na casa ou, de facelo, non inclúa media pensión). En calquera dos casos a edificación deberá ser anterior a 1900 e conservar o carácter e estilo da época.
- Grupo B: son as casas de aldea, anteriores ó ano 1940, que pola súa tipicidade responden ó modelo de vivenda rústica propia do medio rural galego. Ó igual que no caso anterior, distínguese entre hoxpedería e residencia, e débese conservar a tipoloxía arquitectónica orixinal.
- Grupo C: comprende as casas de labranza, é dicir vivendas cunha explotación agraria en activo. Esta modalidade correspóndese co agroturismo e os visitantes poden participar dos labores do campo.

A estas características engádenselle outras como que o período de aloxamento continuado non exceda dos trinta días, un mínimo de 5 cuartos dobres e

un máximo de 12 para as do grupo A, de entre 3 e 10 para o B, e de 2 a 10 para o grupo C. Ademais toda unha serie de disposicións técnicas definen as esixencias mínimas en canto á moblaxe, tamaño dos cuartos e instalacións obrigatorias. Como se pode observar, o obxectivo é sempre delimitar un modelo familiar de explotación turística afastado das grandes empresas propias da tipoloxía litoral. Insístese, tamén, na súa localización no medio rural e na posibilidade de limitar a súa presenza cando algunha industria ou estrada principal supoña unha perda dos valores que inspiran a esta forma de practicar o turismo.

LOCALIZACIÓN DAS CASAS DE TURISMO RURAL a 31 de maio de 1997



O crecemento da oferta de turismo rural que se produciu en Galicia nos últimos anos dan boa mostra do éxito acadado por este modelo. Os menos de 50

establecementos rexistrados no ano 1993, chegan a 100 no 1995 e eran xa algo máis de 150 no 1997, superando as 1600 prazas. Pódese falar, xa que logo, dunha progresión espectacular, que aínda non rematou, e que se corresponde cunha importante campaña de promoción e o consecuente aumento da demanda.

OFERTA DE TURISMO RURAL EN GALICIA A 31-12-1996

	GRUPO A		GRUPO B		GRUPO C	
	cuartos	prazas	cuartos	prazas	cuartos	prazas
A Coruña	53	104	81	158	62	135
Lugo	60	117	169	319	53	101
Ourense	51	100	61	128	---	---
Pontevedra	18	36	211	414	17	32
Galicia	182	357	522	1.019	132	268

Fonte: Secretaría Xeral para o Turismo

Como se pode apreciar, hai un reparto moi desigual tanto por provincias como por grupos. Respecto a este último, prodúcese un claro predominio do B, é dicir, das casas de aldea máis tradicionais, ou se se prefire das fidalgas ou casas grandes. Elas soas representan máis do 60% do total de cuartos e de prazas, en tanto que as correspondentes ó agroturismo fican nun cativo 15% por baixo mesmo do grupo A. Como veremos máis adiante, este feito é importante na consideración do turismo como axente de desenvolvemento local e na súa relación coa lingua.

No que fai á distribución provincial, prodúcese unha clara contradicción posto que as provincias máis rurais, nas que supostamente este modelo debería ter maior implantación, ocupan o primeiro e o derradeiro lugar, correspondéndose respectivamente a Lugo e Ourense. Semella que as reaccións de cada un destes territorios ante as expectativas do turismo rural non foron as mesmas, sendo preocupante a situación de Ourense, que non só é a provincia máis atrasada de Galicia, senón que tamén é a que se encontra nun proceso de despoamento máis agudo.

Inevitablemente esta situación paradoxal leva a introducirmos un novo elemento de análise. A planificación do turismo rural, que supostamente vai dirixida a inducir os efectos positivos do seu modelo, amosa neste caso unha importante eiva en relación ó papel desempeñado pola administración. A súa acción foi ante todo regulamentaria, subvencionadora e publicitaria. Sen embargo, as limitacións planificadoras foron evidentes. Se se concibe o turismo rural no eido do desenvolvemento local, como unha alternativa ou un complemento económico para aquelas comarcas nas que a crise da agricultura desemboca no baleirado demográfico e na pobreza económica, parece lóxico que as actuacións deben ir destinadas a eses territorios. Desgraciadamente, as iniciativas deixáronse da man dos particulares, con frecuencia con limitacións no acceso á información.

Pero a parte máis importante das iniciativas veu da man de programas de desenvolvemento local, fundamentalmente dos *leader*. O exemplo paradigmático é o do Baixo Miño con máis dos dous tercios do investimento total centrado en medidas turísticas. Cun labor, en xeral, positivo a prol do medio rural, as

súas actuacións sobre o territorio son, sen embargo, arbitrarias no sentido de que a adxudicación por Bruxelas responde á presentación dun proxecto axeitado sen ter para nada en conta a existencia doutros espazos máis necesitados pero carentes de iniciativa. Vemos deste xeito que algunhas comarcas especialmente atrasadas de Galicia están á marxe destas axudas namentres que outras son quen de disfrutar de varias das mesmas. Ademais a súa xestión resulta moi desigual polo que as repercusións varían substancialmente duns a outros.

Se observamos o mapa no que se localizan as casas de turismo rural poderemos tirar algunhas conclusións relacionadas co sinalado no parágrafo anterior. No caso da Coruña existen dúas concentracións marcadas. A primeira corresponde á costa norte e son moitos dos establecementos do programa de vacacións en casas de labranza incorporados agora a turismo rural; pola súa proximidade á costa e polas súas características, están máis preto do modelo litoral que destoutro de interior. O segundo grupo de vivendas localízase no Camiño de Santiago e dentro do ámbito de actuación do leader de Portodemouros, que foi o auténtico impulsor desta actividade neste sector suroriental da Coruña. O resto dos aloxamentos distribúense pola provincia cunha densidade moi baixa.

Lugo é a provincia cunha maior concentración de establecementos de turismo rural, un tercio dos de Galicia. De novo observamos un agrupamento espacial significativo. Dunha banda temos que no Camiño de Santiago se atopan aproximadamente a metade das mesmas, ó igual que sucedía na Coruña. Se o criterio é o dos programas leader, decatámonos que practicamente os dous tercios dos aloxamentos están localizados nalgunha comarca afectada por un leader, sobre todo nos Ancares, Courel e Ribeira Sacra. Fóra destas localizacións o número de casas descende de xeito considerable.

Pola súa banda, Ourense amosa unha escasa presenza de vivendas de turismo rural. A falta incentivadora do Camiño Francés a Santiago e a recente dos programas leader, poden ser dúas causas xustificativas. Tamén o avellentamento da poboación e o abandono do campo parecen ser razóns que complementan as anteriores. O cativo número de aloxamentos fai máis difícil definir áreas aínda que máis da metade aparecen concentradas no ámbito de actuación do leader País de Návea-Bibeí.

Finalmente, en Pontevedra a situación é algo máis particular. Con a penas programas leader, a iniciativa corresponde a empresas privadas, especialmente a unha que engloba boa parte das casas de turismo rural do val do Ulla (sobre todo nos concellos de A Estrada e Silleda), onde se concentra a maior proporción das mesmas. Non obstante, a pegada dos leader é visible no alto Ulla (Portodemouros), no Baixo Miño e na Paradanta. Fóra destes espazos o número de aloxamentos, como nos casos das outras provincias, é moi reducido.

Da localización das casas de turismo rural tiramos a idea do seu desigual reparto espacial. Nalgúns casos aparecen localizadas en parroquias inseridas en áreas dinámicas nas que dificilmente o turismo pode ser un elemento distorsionador da economía local. Sen embargo, outras veces o medio no que se insire esta actividade é especialmente fráxil, como ocorre nas montañas orientais lu-

censes. Este sector, é certo, está necesitado de iniciativas que o dinamicen, pero tamén é verdade que a vulnerabilidade do seu ecosistema natural e cultural demanda unhas actuacións moi respectuosas, responsables e moi estudadas para que os impactos negativos non estraguen o proxecto investidor.

Parece bastante obvio sinalar que o éxito económico e cultural do turismo rural ten moito que ver cos seus promotores, cos encargados de difundir un clima social favorable a esta implantación turística. Malo é o asunto cando as persoas responsables son alleas ás redes de relacións nas que se intenta asentar esta actividade. Dicimos negativo porque a desconfianza cara á xente descoñecida, que trata de facer ver o bo que é compartir a casa con estraños, pode botar por terra o negocio. Mais tamén se adiviña unha grave deficiencia porque a percepción que se ten dun lugar cando se chega de fóra (sobre todo se a orixe é urbana) tende a folclorizar a cultura, acelerando, deste xeito, o proceso de mercantilización que supón o turismo.

Por todo isto hai que insistir en que os logros do turismo rural só se poden medir polo grao de participación da poboación local e non tanto polo número de casas adscritas ós programas. A diferenza é clara. No primeiro caso estamos a nos referir non só ó aloxamento senón á dinámica xerada noutros sectores que sexa quen de mobilizar os distintos recursos e de reter os habitantes nun proceso sustentado de crecemento dende abaixo. E na segunda parte da frase os propietarios das vivendas por si mesmos poden actuar unicamente como illas desconnectadas da realidade da súa contorna.

Outra cuestión interesante que deixamos pendentes en parágrafos anteriores, e que require unha máxima atención, fai referencia precisamente ós propietarios das vivendas de turismo rural. Se volvemos sobre o cadro de páxinas atrás e se ollamos de novo o mapa de Galicia coa distribución dos aloxamentos, observaremos que as casas de labranza, é dicir o grupo C, son as menos representadas en canto a cuartos e prazas (exactamente o mesmo ocorre en Portugal). Isto é importante porque son as únicas que levan apareladas unha explotación agraria, xa que para as outras dúas categorías só se especifica a súa localización no medio rural. O significado desta pequena diferenza transfórmase nunha cuestión fundamental.

Pensemos por uns momentos en quen pode, en Galicia, posuír unha vivenda no campo sen que se lle asocie necesariamente unha explotación agraria e que cumpra os requisitos dos grupos A e B. Evidentemente estas non son (polo menos na súa maioría) familias tradicionalmente labregas. Correspóndense frecuentemente con importantes propietarios (entendido isto no ámbito galego), con poboación habitualmente residente na cidade ou con habitantes do rural pero dedicados a outros sectores da economía distintos do traballo na terra.

Á vista desta circunstancia non é estraño pensar que a poboación labrega permanece á marxe da actividade turística desenvolvida no seu ámbito. Incluso cabería hipotetizar sobre o aumento das desigualdades que induce o fenómeno. A casa grande e fidalga aparece agora máis destacada sobre o conxunto das demais. O comportamento social dos seus propietarios adquire un novo matiz que o individualiza do resto e as súas pautas de conducta serán imitadas por

quen queira triunfar no mundo. Os efectos culturais poden ser, a partir de aí, contrarios ó que se pretendía nun primeiro momento ó actuaren dun xeito máis destructivo que constructivo. A vivenda dominante, pero en declive, vaise beneficiar de empréstitos a baixo interese para recuperar a súa posición e mesmo ás veces unicamente serve para financiar a rehabilitación da casa sen incorporala ó mercado turístico. Tamén existen casos de investimentos foráneos que nada teñen que ver co desenvolvemento autocentrado.

Seguindo coa argumentación anterior, a nova vivenda rehabilitada vai proporcionar algún posto de traballo. Faltan estudos que poñan de manifesto polo miúdo as repercusións sobre o mercado laboral; sen embargo pódese dicir que o segmento máis afectado é o da muller, que pasa a ocupar tarefas tradicionalmente femininas e, polo mesmo, mal remuneradas; son, sobre todo, a cociña e a limpeza, labores que fai de balde no seu propio fogar e cunha consideración social tan baixa, o que xustifica un salario tan pobre. Pola súa banda, dende a parte contratante, ó prestixio familiar engádeselle agora esa “capacidade de xerar emprego”.

A pesar do sinalado anteriormente, non podemos valorar negativamente feitos como a recuperación do patrimonio arquitectónico que está a supoñer a posta en marcha de programas de turismo rural. Pero o que nos interesa salienta neste apartado é, sobre todo, a conexión deste fenómeno co desenvolvemento local. Se o que se pretende é contribuír a un crecemento económico responsable que deteña a degradación que están a sufrir os espazos rurais, nese caso as actuacións teñen que ir dirixidas cara a eses colectivos de poboación. Doutro xeito estaríamos a agravar unha situación que nestes momentos é moi delicada.

Nos vindeiros anos seguramente poderemos reflexionar máis polo miúdo sobre as consecuencias do turismo rural. Cando nos próximos censos agrarios e de poboación aparezan os datos sobre a evolución demográfica e das explotacións agrícolas, saberemos se a eficacia das medidas para favorecer o desenvolvemento local (entre as que se atopa o turismo) acadaron as súas metas. No eido cultural, as estatísticas sobre lingua tamén reflectirán e matizarán moitos dos éxitos ou fracasos. Se o balance final fose negativo haberá que repensar as estratexias e os modelos de intervención. Entre tanto debemos seguir na procura de actuacións responsables a fin de que os resultados sexan o máis satisfactorios posible.

Espacio turístico, espacio lingüístico e medio rural

Aínda que nun primeiro momento a relación entre o turismo e a lingua non pareza especialmente relevante, o certo é que xa existen traballos nos que se analiza polo miúdo a importancia da práctica e da produción da lingua no desenvolvemento e potenciación da actividade turística. O obxectivo da maioría destas análises é o de descubrir as estratexias comunicativas dos elementos promotores dos espazos turísticos (axencias de viaxes, oficinas e departamentos estatais, empresas hosteleiras, etc...). Nesta liña, xa que logo, tense estudia- do dende diversos enfoques o discurso da seducción e da mitificación dos espa-

cios promocionados en anuncios, folletos ou guías. Sen embargo, os traballos de investigación sobre as repercusións da actividade turística no ecosistema lingüístico dos espazos anfitrións son escasos e limítanse case sempre a casos moi concretos. A tónica xeral na conclusión destes poucos traballos é a de afirmar que o constatado nunha área particular é dificilmente extrapolable a outras insistindo na singularidade xeográfica e sociolingüística das comunidades anfitrionas estudadas.

Así e todo, na práctica totalidade destes traballos centrados nas repercusións lingüísticas do turismo conséntase que o desenvolvemento desta actividade económica produce ou ameaza con transformacións nos usos lingüísticos da comunidade anfitriona. Tanto é así que o mantemento ou retroceso das linguas autóctonas nos espazos de chegada é tido en conta como un índice significativo da asimilación social e da aculturación que conleva o turismo para as comunidades humanas que os habitan. En xeral, obsérvase que o desenvolvemento das actividades turísticas acaba transformando profundamente as estruturas sociais nos espazos anfitrións; e é precisamente nestas mutacións sociais onde radican os cambios nos repertorios e usos lingüísticos.

Estes cambios culturais resultan lóxicos se consideramos que o ecosistema das linguas se basea nun trinomio de conceptos interrelacionados: a lingua, o espazo e a sociedade. Normalmente, os cambios que se constatan nun dos elementos deste trinomio implican ou son implicacións de transformacións nos outros dous elementos. De feito, son varias as disciplinas científicas que se encargan de estudar estas transformacións: a xeografía estudia en boa medida as transformacións espaciais en función de cambios nas dinámicas sociais ou culturais, a socioloxía tamén se encarga de analizar os cambios sociais observando manifestacións de tipo cultural ou espacial e, por último, a lingüística tamén profunda no carácter social ou espacial das variacións externas ou internas que marcan a evolución das linguas. Da necesidade de ter en conta as imbricacións de todas estas dinámicas xorden ramas interdisciplinarias como a xeolingüística, a sociolingüística ou a xeografía social. Dende todos estes enfoques vense sinalando, pois, o paralelismo das evolucións estudadas e insístese nunha ineludible visión de conxunto. A análise dos cambios lingüísticos observados nas comunidades humanas que residen nos espazos turísticos pasa, xa que logo, pola observación das transformacións espaciais e sociais introducidas pola actividade turística.

Dende unha perspectiva xeolingüística, o turismo implica un trasbase temporal a curto prazo de falantes procedentes duns determinados espazos lingüísticos, os espazos lingüísticos de orixe, cara a outros espazos lingüísticos diferentes, os anfitrións ou de destino. Neste senso, o turismo tamén implica unha serie de intercambios comunicativos particulares entre os falantes-hóspedes e os falantes-anfitrións. En termos sociolingüísticos, isto supón a negociación da lingua utilizada nestes intercambios que se resolve nos máis dos casos na acomodación dos falantes-anfitrións á lingua dos falantes-hóspedes. Polo tanto, se a actividade turística desemboca na construción dos espazos turísticos, nos que se observan unhas dinámicas espaciais e unhas estruturas e manifestacións sociais determinadas, a aparición destes espazos superponse ó

xurdimento duns novos espacios lingüísticos, os espacios lingüísticos turísticos, inseridos nuns espacios lingüísticos anfitrións de tipo máis ben homoxéneo, e caracterizados pola heteroxeneidade dos intercambios lingüísticos que nel se producen e, xa que logo, por unha continua necesidade de converxencia comunicativa entre hóspedes e anfitrións que tende a se solventar coa asimilación lingüística destes últimos. Os espacios turísticos non só se caracterizan por unhas estruturacións sociais e espaciais características, senón tamén, e en consecuencia, por unhas dinámicas lingüísticas propias e ben particulares.

A particularidade das dinámicas lingüísticas que impón o desenvolvemento do turismo vese confirmada se as comparamos coas que conlevan outros procesos de mobilidade poboacional como a emigración. O fenómeno da emigración tamén supón o trasbase de falantes para un espacio lingüístico alleo, sen embargo son os falantes que chegan os que se acomodan á lingua da comunidade receptora. Como xa indicamos, no caso do turismo acontece o contrario. Isto débese, sobre todo, ó feito de que a emigración supón unha estadía a longo prazo no espacio lingüístico receptor, mentres que no caso do turismo a estadía é de curto prazo: os turistas voltan ó cabo duns días ó seu espacio lingüístico e, polo tanto, a efemeralidade da súa estadía nin esixe nin permite a adquisición da lingua do espacio anfitrión. Pola contra, os emigrantes precisan adquirir unha competencia mínima na lingua do espacio receptor para poder desenvolver a súa actividade laboral no seo da comunidade que os acolle. Por outra banda, a curta estadía dos turistas no espacio anfitrión tamén fai que a súa mobilidade se restrinxa só ó que é imprescindible e promocionado, ó espacio turístico en si, no que o uso da lingua autóctona se limita ó folclórico. Os emigrantes, sen embargo, viven no mesmo espacio lingüístico da comunidade receptora ou, alomenos, móvense por el durante anos, de aí a súa adaptación. En realidade, os turistas chegan a un espacio lingüístico ben diferenciado, xerado por e para eles, no seo do espacio anfitrión: urbanizacións, complexos hoteleiros, zonas ou barrios monumentais, centros comerciais, etc...

Pero se o tempo da estadía é un dos factores importantes para explicar o uso minimizado da lingua da comunidade anfitriona nos espacios turísticos, igual de determinantes son os desexos de cambio que manifestan os turistas antes da viaxe e o discurso promocional do espacio turístico, factores que están, ademais, intimamente relacionados. Non debemos deixar de ter presente que o turismo é unha actividade económica, de feito, e como xa indicamos, trátase dunha das industrias máis xenuínas do capitalismo serodio, e que, polo tanto, se desenvolve en función das leis da oferta e da demanda. Neste caso, a demanda constitúena os desexos de cambio dos turistas, fartos da rutina da vida cotiá e cobizosos dun cambio efémero mediante a vivencia de experiencias novas ou exóticas. Por outra banda, a oferta vén dada pola propaganda turística elaborada en función desa demanda por parte de organismos públicos e privados. Xa que logo, a estruturación dos espacios turísticos dependerá sempre das liñas marcadas pola oferta e a demanda.

Recentes estudos sobre o desexo de cambio que os turistas senten antes da viaxe revelan que esta demanda potencial é selectiva, é dicir, que non afecta a todos os aspectos da vida cotiá. Se entre os cambios máis desexados destacan

os relacionados coa actividade vital, a paisaxe e as actividades de lecer, entre os menos desexados atópase o cambio de lingua. Vemos, pois, que a demanda turística potencial esixe unha minimización de cambios no aspecto lingüístico. A isto responde o discurso promocional dos espazos turísticos. Nas súas campañas publicitarias, oficinas estatais e turoperadores inciden, pois, nos aspectos paisaxísticos pintorescos, nas novas posibilidades de ocio e na satisfacción do repouso que ofrecen o espazo turístico que promocionan e restrinxen ó folclórico as súas particularidades lingüísticas. En consecuencia, o espazo turístico vaise estruturar neutralizando a diverxencia lingüística inicial. A través do aspecto lingüístico podemos comprobar, pois, que o espazo turístico xorde como un produto que se consume na efemeralidade e que se estrutura neutralizando os elementos da sociedade anfitrióna que se opoñen á do turista e, asemade, incluíndo os elementos que este desexa seguir mantendo (seguridade, hixiene, comodidades, etc...). No seo do espazo receptor xorde o verdadeiro espazo anfitrión, o turístico, o unicamente real e verdadeiro para o turista. Se o “típico” e o “pintoresco” do espazo receptor é o único que oferta, se consume e se vive no espazo turístico, os únicos elementos lingüísticos autóctonos que coñecerá o turista serán unhas poucas palabras e expresións “típicas”. Saúdos, algúns topónimos, nomes de costumes, danzas ou pratos gastronómicos... esa será a realidade lingüística autóctona que vivirán os turistas.

De atendermos ó discurso promocional do turismo rural que se fai en Galicia por parte da administración autonómica, deberíamos crer que esta modalidade de turismo é rigorosamente respectuosa co ecosistema sociocultural no que se pretende inserir o turista. Sen embargo, o tipo de mercado ó que van dirixidas as campañas amosa que tamén se está a estruturar no medio rural un espazo turístico alleo a el. Non debemos esquecer que a oferta turística responde a unha demanda que, como acabamos de ver, se basea nos desexos de cambio dos turistas potenciais. Se temos en conta que o desexo de cambio destes turistas potenciais se centra sobre todo no cambio de hábitat, axiña habemos comprender que a oferta de turismo rural non se dirixe ó campesiñado galego, senón á poboación das vilas e das cidades. Unha rápida ollada ó Mapa Sociolingüístico de Galicia, publicado en tres volumes polo Seminario de Sociolingüística da Real Academia Galega, será dabondo para recoñecer que a lingua de uso maioritario nas cidades é o castelán. Coma no resto do país, o uso desta lingua nos espazos urbanos tende a ser maior canto máis nivel socioeconómico presenten os falantes. Reparando nos prezos de aloxamento en turismo rural e os desexos de cambio ós que responde a oferta turística descubrimos que o mercado potencial desta modalidade de turismo en Galicia son as clases medias-altas urbanas e, xa que logo, na súa maioría preferente ou exclusivamente castelanfalantes. A respecto do turismo rural en Galicia, constátase, pois, unha diverxencia de tipo lingüístico entre o espazo de orixe e o espazo de destino.

Esta diverxencia lingüística téntase neutralizar a diferentes niveis: por unha banda, no discurso promocional e institucional e, por outra, nos intercambios comunicativos no seo dos espazos turísticos. Na promoción dos espazos turísticos rurais fálase de riquezas patrimoniais e paisaxísticas únicas, pero non se fai mención ningunha do monolingüismo galegofalante da práctica totalidade da poboación, que define de xeito moi marcado o espazo rural fronte as áreas

urbanas e periurbanas. Dende a mensaxe promocional percíbese, xa que logo, un espazo rural que non presenta diferenciacións de tipo lingüístico a respecto das cidades. Esta visión refórzase, ademais, coas linguas utilizadas no discurso da oferta. A carón do galego, utilizado unicamente nos medios de comunicación públicos dependentes da administración autonómica, utilízase maioritariamente o castelán no resto dos que, sendo públicos ou privados, reservan espazos publicitarios para Galicia. Estas mensaxes en castelán non se dirixen ó resto da cidadanía do Estado Español, senón ó público galego urbano. Así, na promoción da riqueza cultural conservada no espazo turístico rural, o galego, parte fundamental dese patrimonio, só existe dentro dos mínimos esixidos polo regulamento lingüístico da administración galega.

Nos intercambios comunicativos nos espazos turísticos rurais a diverxencia lingüística supérase no marco da relación diglósica galego/castelán que caracteriza o espazo lingüístico galego. Nos intercambios comunicativos entre galegofalantes e castelanfalantes, sobre todo se se trata de relacións entre individuos, os galegofalantes tenden a adoptar o castelán na maioría dos casos. É dicir, a diverxencia lingüística adoita solventarse coa acomodación do galegofalante ós usos do castelanfalante. Se temos en conta a relación cliente/empregado que caracteriza habitualmente os intercambios comunicativos entre hóspedes e anfitrións nos espazos turísticos, os procesos de acomodación lingüística dos anfitrións galegofalante vense reforzados.

Polo tanto, podemos ver que o modelo de turismo rural, malia as súas pretensións iniciais, non supón unha excepción a respecto da creación dun espazo turístico e, xa que logo, lingüístico alleo ó espazo receptor no que se insire. A relación oferta/demanda e as dinámicas lingüísticas que a caracterizan están, pois, na base da creación dun espazo turístico marcado por unhas oposicións lingüísticas que tenden a se neutralizar obviando a lingua da comunidade rural anfitriona. Pero, a máis do discurso da oferta e dos cambios esixidos pola demanda, existen unha serie de factores estruturais que inflúen nas dinámicas lingüísticas que caracterizan o espazo lingüístico, neste caso rural: o hábitat humano anfitrión, a distribución dos aloxamentos turísticos, os tipos de aloxamento e os seus dinamizadores e propietarios.

O hábitat humano anfitrión e as transformacións que pode chegar a experimentar coa introducción da actividade turística son decisivos no mantemento da vitalidade da lingua local. Como xa vimos, moitas casas de turismo rural en Galicia localízanse en áreas deprimidas nas que se aplicaron programas de desenvolvemento local. Estas áreas e, en xeral, todo o interior rural de Galicia, caracterízanse polo monolingüismo en galego da maioría da poboación. Este mantemento do galego como lingua habitual e maioritaria está intimamente vencellado coa estrutura social destas áreas rurais. Trátase a grades trazos dunhas comunidades homoxéneas, fundamentalmente agrícolas e gandeiras, avellentadas, cun grao de instrución medio-baixo e que presenta unha baixa mobilidade xeosocial interna. Isto tradúcese nunhas redes sociais pechadas, densas e múltiples, das que todos os membros se coñecen e comparten varios tipos de relación (familiares, amigos, veciños, compañeiros de traballo). O monolingüismo destas comunidades rurais responde, pois, á súa homoxeneidade

estructural e constitúe, ademais, un reforzo da solidariedade comunicativa e afirmación da pertenza grupal.

Tal e como está a acontecer nas vilas ou nas áreas periurbanas, unha transformación das redes sociais comunitarias vaise traducir nun cambio das prácticas lingüísticas. A actividade turística, como xa se ten estudado en numerosos traballos, implica transformacións profundas nas estruturas sociais das comunidades anfitrionas. Aínda que en varios traballos e no discurso institucional se minimicen estes efectos no caso do turismo rural, o certo é que esta modalidade non deixa de producir os mesmos efectos nunhas estruturas sociais tradicionais, ameazadas xa en Galicia polo avelentamento e pola emigración. O turismo supón a estada temporal de falantes alleos á comunidade rural anfitriona e que nos seus contactos con esta, por mínimos que sexan, esperan unha acomodación que manteña intactos os seus usos lingüísticos habituais. Estes contactos, mesmo sendo puntuais, se son continuados, conlevan a apertura definitiva das redes sociais locais e cambios no repertorio lingüístico da poboación anfitriona. Dun monolingüismo maioritario iremos pasando paulatinamente a un incipiente bilingüismo no que se tenden a tomar como modelo prestixioso as prácticas lingüísticas dos visitantes. Co mantemento do castelán, os turistas no medio rural están marcando nitidamente, ademais, a súa exclusión na comunidade lingüística local, na que non pretenden inserirse aínda que sexa temporalmente. Que uns turistas castelanfalantes lle pregunten ocasionalmente un día a un aldeán ou a unha aldeá por onde se vai ó castro da aldea non vai supor forzosamente un cambio de lingua por parte destes, e moito menos transformacións significativas nas estruturas sociais da súa comunidade; pero se isto acontece xa cada fin de semana e de xeito habitual durante os períodos vacacionais, haberá que preguntarse ata que punto se poderían chegar a dar en Galicia os procesos que describimos nos anteriores parágrafos.

A distribución das casas de turismo rural tamén é un factor que cómpre ter en conta e que está moi relacionado co que xa temos apuntado. A concentración de aloxamentos turísticos nunha determinada área favorece unha aceleración do proceso de desarticulación das redes sociais tradicionais e, polo tanto, de incremento do uso do castelán na comunidade anfitriona en detrimento do galego. A cuestión está, pois, en determinar cal é o grao de concentración máximo de casas de turismo rural para evitar unha excesiva mercantilización do espacio turístico promocionado e, por conseguinte, a asimilación cultural da comunidade anfitriona. Os planos de desenvolvemento que, coma os *leader*, basean boa parte da súa estratexia de revitalización económica dos espazos rurais na consolidación dunha rede de casas de turismo rural non estudaron os posibles impactos sociais e culturais destes procesos de concentración turística. Isto demostra unha vez máis o pouco interese que se lle presta en realidade ós aspectos sociais e culturais, e en especial ós lingüísticos, na planificación do desenvolvemento turístico no medio rural.

Se a localización e grao de concentración dos aloxamentos turísticos constitúen factores decisivos nas dinámicas lingüísticas do espacio receptor, non o é menos o tipo de casas de turismo rural que nel se abren. Canta máis capacidade de aloxamento teñan e canto máis alto sexa o seu prezo, máis nivel socioeco-

nómico terán os turistas urbanos que acudan a eles e, polo tanto, tratarase dunha clientela maioritariamente castelanfalante habitual. Esta maior afluencia dos grupos sociais urbanos marcados polo monolingüismo ou predominio no uso do castelán pode tamén favorecer o proceso de aculturación da comunidade rural anfitrióna. Como xa vimos, dos tres tipos de casas de turismo rural ofertados en Galicia predominan os máis caros e con máis capacidade: efectivamente, téndese a consolidar un espazo turístico rural para as clases acomodadas urbanas e castelanfalantes inserido nun espazo lingüístico galegofalante. Despois de todo, isto é lóxico se lembramos de onde procede a demanda deste turismo rural, de que desexos de cambio parte e, sobre todo, como se elabora o discurso promocional en función desa demanda. No futuro, a consolidación deste tipo de espazo turístico rural pro-urbano dependerá do grao de acomodación social e cultural das comunidades agrarias anfitrionas a este novo tipo de actividade.

Moi relacionado co tipo de casas de turismo rural que se crean está o perfil socioeconómico e, polo tanto, lingüístico das e dos seus propietarios ou xestores. Tendo en conta que as máis das casas habilitadas para o turismo rural son nobres, fidalgas ou de gran morgado, xa vimos que os seus propietarios e propietarias pertencen normalmente á minoría acomodada que reside, nalgúns casos temporalmente, no agro, pero que non se dedica ó sector primario, senón que adoitan ser profesionais liberais. Esta minoría acomodada, tal e como o revelan os traballos do Seminario de Sociolingüística da Real Academia Galega, tende a usar máis o castelán có galego. Precisamente, na promoción e consolidación do espazo turístico local é este grupo minoritario o que menos diverxencias, alomenos no plano lingüístico e socioeconómico, presenta a respecto dos turistas e o que, en consecuencia, mellor sabe responder ós desexos limitados de cambio cultural que manifesta a demanda urbana. Se as clases anfitrionas do espazo turístico rural xa se distinguen do resto da comunidade local polo seu maior uso do castelán, esta diferenciación verase reforzada coa chegada dos turistas urbanos. Sobre todo, estes entran preferentemente en contacto coas redes de relacións da minoría anfitrióna, é dicir, as marcadas polo uso predominante do castelán. Esta inserción dos turistas nas redes sociais dos grupos castelanfanates locais e o seu contacto máis restrinxido co resto dos membros da comunidade anfitrióna implica en moitos casos que aqueles asuman as mesmas marcas de pertenza grupal e, xa que logo, unha mesma percepción do espazo lingüístico rural. Así, o turista adquire ante a comunidade galegofalante o mesmo status sociolingüístico prestixioso do que goza o seu anfitrión. Polo tanto, nos intercambios comunicativos entre aldeáns e turistas reproducense e, polo feito de seren descoñecidos, refórzanse os patróns de acomodación lingüística dos galegofalantes. Deste xeito, acentúanse os desequilibrios lingüísticos no espazo rural anfitrión reafirmando o papel do castelán como lingua prestixiosa dentro do marco diglósico local.

Como xa dixemos, a actividade turística é a miúdo posta en marcha en áreas deprimidas para promover o seu desenvolvemento. Dende o punto de vista lingüístico, o turismo, malia a ameaza que supón en principio para a lingua local, tense utilizado para lles dar a enclaves lingüísticos minoritarios marcados por crises demográficas e económicas a posibilidade dun desenvolvemento autocentrado. O obxectivo é o de crear para estas comunidades lingüísti-

cas un espacio económico e social dinámico que evite a súa desaparición. A experiencia irlandesa, baseada no labor do departamento governamental Údarás na Gaeltach, serve de bo exemplo para calcular as posibilidades de éxito e de fracaso destas iniciativas. Sen embargo, a diferenza do goberno irlandés, o goberno galego non potencia o turismo rural en áreas de montaña, por exemplo, para revitalizar o seu espacio lingüístico e manter os usos comunicativos que o caracterizan. En Galicia, a actual planificación turística no medio rural non contempla ningunha medida de tipo lingüístico, alomenos explícita ou oficialmente, senón só o desenvolvemento das comunidades rurais en crise e, aínda así, o xeito en que se está aplicar non promete grandes resultados. Se os esforzos da Údarás na Gaeltach pola revitalización e protección dos enclaves lingüísticos célticos coa introducción do turismo e doutras actividades de tipo terciario e mesmo secundario só acadaron uns resultados modestos, cando non negativos, é dificilmente concibible que o goberno galego os consiga sen amosar unha verdadeira preocupación pola protección do patrimonio humano, sobre todo lingüístico, no medio rural. Así, mesmo conseguindo un hipotético milagre económico rural mediante a expansión desta modalidade turística, as comunidades anfitriñas entrarían nun proceso de aculturación que pasaría, polos motivos antes descritos, por un retroceso significativo no uso do galego como lingua habitual local.

Unha das claves do mantemento dos usos lingüísticos locais son, como xa indicamos, as redes sociais que se establecen no seo da comunidade. A estrutura destas redes aséntase no tipo de economía local. Así, as comunidades agrarias presentan normalmente unhas redes sociais pechadas que favorecen o conservacionismo lingüístico. Só o desenvolvemento das actividades económicas primarias e das que a elas están vencelladas (pequeno comercio, artesanía) pode manter as estruturas sociais locais e mais os seus usos lingüísticos tradicionais. Sen embargo, un desenvolvemento selectivo, centrado nun sector económico desconectado das actividades económicas locais preexistentes e do que se beneficia só unha minoría, adoita acentuar os desequilibrios no espacio económico local, agravar a súa crise e confirmar a transformación das manifestacións sociais e culturais tradicionais. Así se observou en Francia, un país de longa tradición en turismo rural. En Galicia, o turismo rural non se está a inserir como un sector complementario e solidario cos sectores de actividade tradicionais que conforman a economía rural. Esta ausencia de complementariedade aséntase en dous factores: a participación do turista no espacio económico tradicional e o grao de implicación da poboación autóctona na actividade turística.

O espacio turístico non adoita incluír a totalidade do espacio anfitrión, senón que aquel se insire neste e funciona de xeito autónomo. Esta dinámica é clara nos espacios turísticos de sol e praia, especialmente cando estes se insiren en espacios anfitrións subdesenvolvidos. Se observamos o que acontece co espacio turístico que se está a artellar no medio rural galego axiña comprobamos que non acaba por romper con esta tendencia. Os turistas chegan ás casas só para durmir e, como moito, fan unha serie de rotas programadas dirixidas á visita de monumentos de interese (castros, igrexas, mosteiros, castelos, etc..) e espacios verdes (beiras fluviais, espacios naturais protexidos). Non se lle propón ó turista a visita das aldeas próximas, que explicitan os efectos da crise nos

seus accesos e estado de conservación, nin tampouco se lle anima ó consumo nestes lugares. Nas súas curtas estadías, os turistas tenden a elixir como espazos de ocio e consumo as cabeceiras comarcais. O seu contacto co medio rural límitase, pois, ó visual e non aporta gran cousa ó desenvolvemento económico local. Polo tanto, os beneficios da actividade turística só recaen nunha minoría da comunidade anfitrióna, a que converxe lingüística, social e conomicamente co turista. As desigualdades socioeconómicas no seo da comunidade acentúase agravándose a crise pola que pasa a maioría da poboación. A actividade turística no medio rural en Galicia, non só constitúe, tal e como se está a formular, unha ameaza para o status social do galego, senón que non axuda a construír un medio favorable ó desenvolvemento da maioría galegofalante, que segue a emigrar cara ós centros urbanos. Cunha poboación autóctona cada vez máis minguada, a conservación do medio rural pasa a ser selectiva -só se protexe o que se consideran recursos turísticos de media ou alta potencialidade- e dependente das subvencións da administración.

Por outra banda, a participación da poboación autóctona na xestión e desenvolvemento da actividade turística é, como xa indicamos en varias ocasións, limitada. A maioría das casas de turismo rural, pola súa tipoloxía, son propiedade dunha minoritaria clase media-alta que é a única que se beneficia dos ingresos que reporta esta actividade económica emerxente. Ademais, en moitos casos os programas de desenvolvemento local aplicados e que centran unha parte importante da súa estratexia na potenciación da actividade turística son xestionados, non pola poboación rural, senón por persoas ou entidades privadas alleas ó medio no que actúan. O seu interese é o de tiraren rendementos a curto prazo a partir das potencialidades existentes no rural, non o de favoreceren un verdadeiro desenvolvemento integral baseado na recuperación dos recursos humanos e paisaxísticos. Esta ausencia de implicación do conxunto da poboación local frea considerablemente a súa iniciativa e, sobre todo, perpetúa a crise que está a coñecer. O problema agrávase no caso de ser tamén foránea a man de obra empregada na actividade turística.

Os efectos que sobre a lingua local ten o tipo de actividade turística que se está a desenvolver no medio rural son, polo tanto, negativos dende moitos puntos de vista. Vimos que non só se pon en perigo o seu status no seo da comunidade local, senón que perpetúa a desintegración das propias comunidades lingüísticas rurais máis deprimidas. Non se cumpren, a fin de contas, as finalidades de respecto ó medio e de desenvolvemento local. Xa que logo, faise necesaria unha revisión en profundidade das estratexias seguidas no desenvolvemento do turismo rural en Galicia. Esta necesidade de cambio de formulacións atinxe non só á estruturación da oferta, senón tamén á demanda que xorde dende as áreas urbanas.

¿Pero é posible modificar a demanda turística? ¿Pode unha reformulación da oferta crear novas expectativas na demanda? Experiencias como a de Gales parecen indicar que si. Neste país, a introducción do galés en todos os paneis, guías e folletos a carón do inglés e doutras linguas provocou unha valorización da lingua autóctona por parte dos turistas. Esta valorización reforzouse coa normalización dos topónimos deturpados e, en xeral, coa galesización da paisa-

xe lingüística turística. Así, varios estudos posteriores confirmaron un cambio nas expectativas dos turistas, que esperaban ter coa presenza sistemática do galés nos espazos visitados unha experiencia máis real de estaren en Gales, de viviren o país. De feito, ante textos en diferentes linguas nos que se salientase o galés, a gran maioría dos turistas entrevistados para estes traballos non amosaban inconvenientes ningún. Por outra banda, a inserción do galés no discurso promocional e no material expositivo do espazo turístico incrementou o prestixio desta lingua entre a comunidade anfitriona, que, a carón dos turistas, pasou a ver a potenciación da súa lingua nos espazos turísticos locais como parte do desenvolvemento do país. Para nada sería ocioso ensaiar en Galicia este tipo de política que persegue unha modificación de actitudes na demanda non galego-falante, sexa ou non galega, mediante un novo discurso promocional no que a lingua local sexa amosada como unha parte esencial do patrimonio cultural e da experiencia de cambio que se pretende ofertar.

No caso galego, unha reformulación do discurso promocional en favor dunha maior presenza do galego como elemento patrimonial consumible podería obter bos resultados. Se temos en conta os datos sobre actitudes lingüísticas publicados polo Seminario de Sociolingüística da Real Academia Galega, vemos que a actitude da maioría da poboación urbana galega, que constitúe a base da demanda do turismo rural, a respecto do mantemento e potenciación do galego é positiva. No que se refire á percepción da lingua galega como unha parte esencial da identidade do pobo galego, as porcentaxes no medio urbano son moi altas. Xa que logo, un cambio do discurso promocional interno do espazo turístico galego no que se utilice o galego e sexa potenciado como ben patrimonial que se debe conservar e respectar non se atoparía cunha actitude negativa da demanda. Por outra banda, os datos do Seminario revelan ás claras que o discurso turístico que se está a difundir nos medios de comunicación galegos non é, en xeral, coherente coa realidade lingüística dos espazos promocionados nin responde ás actitudes lingüísticas expresadas pola demanda.

Se en parágrafos anteriores vimos que a demanda urbana non desexa un cambio lingüístico no espazo turístico, no caso galego acabamos de observar tamén que, aínda persistindo esas expectativas, as actitudes cara ó uso e promoción do galego nos espazos rurais anfitrións son positivas. Polo tanto, o feito de que se empregue o castelán e se minimize ó anecdótico o feito lingüístico diferencial galego na promoción do espazo turístico rural do noso país é unha escusa ante un problema que semella solventable. As experiencias noutros países atlánticos europeos como Gales e os datos que posúe a propia administración autonómica sobre as actitudes lingüísticas revelan que non son tanto eses os motivos, senón outros, as causas deste predominio do castelán no artellamento do espazo turístico galego. Así, cómpre lembrar que tanto a promoción (funcionariado e empresariado urbano) como a xestión do espazo turístico rural está maioritariamente en mans de castelanfalantes. Resulta evidente, pois, que a lingua do espazo turístico rural galego non se debe tanto ás expectativas da demanda, que, malia ser un factor considerable, pode ser modificado positivamente, como ós usos lingüísticos de investidores e propietarios. Isto indica, unha vez máis, o pouco que se teñen en conta o patrimonio cultural vivo e os recursos humanos locais na creación do espazo turístico rural.

Precisamente, unha maior implicación do conxunto das comunidades rurais na actividade turística e, asemade, unha verdadeira inserción do turista no medio humano local serían tamén estratexias que se debería seguir nunha planificación turística responsable e respectuosa. A potenciación de novos modelos de xestión dos aloxamentos que, como o cooperativismo, permiten unha participación do conxunto da poboación local na nova actividade turística frearía a sangría demográfica que a debilita e, por outra banda, mantería ata certo punto a tipoloxía de redes sociais nas que se apoia o mantemento do galego. Pero o turismo tamén debe axudar a revitalizar os sectores económicos tradicionais. Os espazos rurais non só se poden promocionar como bens visuais ou paisaxísticos, tamén poden e deben ser verdadeiros espazos de consumo para o turista. Nesta liña de complementariedade da actividade turística coas tradicionais xa se teñen ensaiado con resultados moi positivos varias experiencias no medio rural francés. Non só se propuñan aquí rotas paisaxísticas a pé ou a cabalo, senón que tamén se ofertaban rotas de consumo de produtos agrícolas ou gandeiros, de artesanía e de ocio nas aldeas próximas ó aloxamento turístico. Estas rotas locais de consumo aséntanse nas redes tradicionais de relación que se establecen entre os diferentes membros da comunidade anfitriona e nas que pasa a se inserir o turista. Con isto evítase que o consumo dos visitantes se desvíe cara ós centros urbanos máis próximos. Nalgúns casos, no que sería xa o verdadeiro agroturismo, anímase ó turista a participar nas actividades cotiás comunitarias: labores do campo, preparación de xantares, elaboración de produtos artesanais, etc... Ademais, propóñense estadías máis longas para favorecer unha maior inserción do turista nas redes sociais e económicas locais.

A situación inicial de diglosia que se vive no noso país recomendaría, vistas as consecuencias que a respecto da lingua ten o contacto directo hóspede/anfitrión, a intervención governamental a nivel de concienciación lingüística: débese afrontar a acomodación ó castelán da comunidade anfitriona nos seus intercambios cos turistas galegos castelanfalantes e, asemade, facer ver nestes últimos a necesidade de falar a lingua local para se inserir mellor na comunidade rural visitada e para asegurar a conservación do patrimonio lingüístico do país. Trataríase, pois, de difundir a adquisición dunhas novas pautas de negociación lingüística hóspede/anfitrión que favorecesen un maior conservacionismo do galego no espazo turístico rural. No caso de turistas non galegos, cada vez máis numerosos, habería que buscar tamén solucións favorables ó mantemento do galego. De todos xeitos, establecer uns límites de capacidade e concentración dos aloxamentos podería ralentizar unha posible aculturación no caso dunha demanda masiva.

Por último, sería positivo considerar tamén a posibilidade de ofertar a lingua como principal produto nunha proposta máis ampla de turismo cultural no medio rural. Referímonos aquí as escolas de verán de inmersión lingüística que tan bos resultados deron para o caso do inglés en Irlanda ou Inglaterra. Sen embargo, tomar en serio esta e as anteriores posibilidades esixiría, en primeiro lugar, unha planificación lingüística decidida e responsable, realmente favorable á normalización do galego, por parte da administración autonómica e, en segundo lugar, que esta poña fin ás directrices de tipo industrialista que están a marcar o desenvolvemento insuficiente e incontrolado das comarcas rurais do

interior. Esixiría unha planificación integradora do desenvolvemento local que contemplase conxuntamente aspectos económicos, sociais e culturais. Suporía, en fin, o abandono dunha política xeradora de dependencias mediante a concesión de subvencións e o inicio dunha maior implicación, dunha verdadeira intervención da administración galega para acadar o desenvolvemento integrado das comunidades rurais

Conclusións

Ó longo deste artigo fomos vendo como a implantación en Galicia do turismo rural non acaba de responder ós seus obxectivos: o desenvolvemento local autocentrado e a conservación do patrimonio natural e cultural. De feito, o turismo rural non só non dá aportado solucións definitivas á crise do agro galego, senón que pode agravala. Foi precisamente a vitalidade social, cultural e económica das comunidades agrarias a que creou e preservou un espacio rural único que se vende agora como espacio turístico. Sen embargo, esta nova actividade non frea a sangría demográfica do rural, que fica sen poboación. Así, na actualidade moitas comunidades teñen serios problemas para subsistir no seu hábitat e, con isto, xorden os problemas para a conservación do seu legado patrimonial. Os campos déixanse a ermo, igrexas e mesmo aldeas enteiras arrufínanse... a paisaxe rural deteriórase. Paradoxalmente, é esa paisaxe rural a que se pretende vender ó turismo sen que os seus axentes promotores interveñan na súa recuperación, que pasa, inevitablemente, pola revitalización das comunidades humanas que crearon e mantiveron esa paisaxe.

Un exemplo claro de todo este círculo autodestructivo constitúeo a propia Ribeira Sacra, un dos espazos turísticos “estrela” do discurso promocional. A implantación do turismo rural na zona, a creación dunha mancomunidade en función desta actividade e o deseño de rotas paisaxísticas non significaron a saída da crise dunha das áreas demográfica e economicamente máis deprimidas do noso país. E así, na actualidade paséanse polo Sil catamaráns ateigados de turistas que admiran unha paisaxe marcada polo deterioro dos socalcos do canón, a ruína das aldeas e a restauración duns mosteiros que seguen abandonados e que, a curto ou medio prazo, de non seren reutilizados, volverán precisar novos coidados.

O fracaso do turismo como motor do desenvolvemento rural débese, en primeiro lugar, á falta dunha verdadeira planificación desta actividade. Resulta sorprendente que pasado xa un bo tempo dende a implantación de casas de turismo rural en Galicia o goberno do país se decidise finalmente a valorar e catalogar as potencialidades turísticas duns espazos xa explotados turisticamente. A posta en marcha dunha actividade que necesita ser ordenada precedeu á fase inicial en todo proceso de planificación, a da información ou recollida de datos, obviándose ademais a de experimentación ou investigación das posibilidades reais de aplicación. No aspecto lingüístico, isto vén acompañado da ausencia verdadeira planificación baseada na intervención.

En realidade, esta falta de intención planificadora encádrase no marco dunha ordenación territorial industrialista que non responde á realidade duns

espacios rurais centrados en actividades de tipo primario. Fálase de desenvolvemento comarcal polarizando o crecemento nun determinado número de vilas. Non existe, pois, un desenvolvemento local baseado na revitalización social, económica e cultural das parroquias. Por outra banda, unha ordenación territorial que se di integral non é, finalmente, integradora. Esta fundaméntase en dinámicas económicas e é allea a toda planificación de tipo social ou cultural e, xa que logo, lingüística. Nesta descoordinación planificadora que só atende ó desenvolvemento dos núcleos urbanos estase a deseñar un planeamento turístico posiblemente daniño para o medio rural. Tal e como xa aconteceu noutros espazos, a lingua será un dos índices máis claros do grao de deseintegración a todos os niveis das comunidades rurais. Así, os censos do 1991 comezaban xa a debuxar unhas expectativas que, de non mudaren as tornas, acabarán véndose confirmadas nos censos do vindeiro século.

BIBLIOGRAFÍA

- ÁLVAREZ, C. (1989): Variaçom lingüística e factor social na Galiza. En *Hispanic Linguistics* 2, páx. 252-98.
- BASTARDAS, A. (1996): *Ecologia de les llengües*. Barcelona: Proa.
- BOISSEVAIN, J. (Ed.), (1996): *Coping with tourist*. Oxford: Berhahn.
- BONIFACE, P. (1995): *Managing quality cultural tourism*. Londres: Routledge.
- BOTE, V. (1992): *Turismo en espacio rural*. Madrid: Editorial Popular, 2ª ed.
- CALLS, J., CAPELLÀ, J. e VAQUÉ, E. (1995): *El turismo en el desarrollo rural de España*. Madrid: M.A.P.A.
- CAVACO, C. (1995): *Rural tourism: the creation of new tourist spaces*. En Montanari, A. e Williams, A. (Eds.): *European tourism*. Chichester: Wiley, páx. 127-49.
- DANN, G. (1996): *The language of tourism. A sociolinguistic Perspective*. Oxon: Cab International.
- FERNÁNDEZ, M. e RODRÍGUEZ, M. (Coords.), (1994): *Lingua inicial e competencia lingüística en Galicia*. A Coruña: Seminario de Sociolingüística da Real Academia Galega.
- FERNÁNDEZ, M. e RODRÍGUEZ, M. (Coords.), (1995): *Usos lingüísticos en Galicia*. A Coruña: Seminario de Sociolingüística da Real Academia Galega.
- FERNÁNDEZ, M. e RODRÍGUEZ, M. (Coords.), (1996): *Actitudes lingüísticas en Galicia*. A Coruña: Seminario de Sociolingüística da Real Academia Galega.
- LA FORMACIÓ, la rehabilitació i les noves modalitats turístiques (1995). *Actas das terceiras xornadas de Xeografía do Turismo*, Palma de Mallorca 1993.
- GONZÁLEZ, J. e UÑA, E. de (1997): *Alternativas de desarrollo endógeno: estudio de los recursos de turismo rural en el interior de Galicia*. En *Dinámica Litoral-Interior*, *Actas do XV Congreso de Geógrafos Españoles*, vol. 2, páx. 1.043-50, Santiago de Compostela: Universidade de Santiago de Compostela.
- GRASSI, C. (1976): *Dialectologie et aménagement du territoire*. En *Actes du XIII^e Congrès International de Linguistique et Philologie Romanes*, vol. 2, páx. 391-6, Québec: Université de Laval.

-GARCÍA CUESTA, J. (1996): El turismo rural como factor diversificador de rentas en la tradicional economía agraria. En *Estudios Turísticos* 132, páx. 45-59.

-I.G.E. (1992): Censo de Poboación e vivendas 1991. Coñecemento e uso do idioma. 4 vols., Santiago de Compostela: Instituto Galego de Estatística.

-KEANE, M. (1993): Estrategia para el desarrollo rural en Connemara (Irlanda). En Precado, A. e Vázquez, A. (coords.): *Desarrollo local y comarcalización*. Santiago: Xunta de Galicia, páx. 133-45.

-KEANE, M., GRIFFITH, B. e DUNN, J. (1993): Regional development and language maintenance. En *Environment and Planning* 25, páx. 399-408.

-LANFANT, J., ALLCOCK, J. e BRUNER, E. (1995): *International tourism. Identity and change*. Londres: Sage.

-LIGHT, D. (1992): Bilingual heritage interpretation in Wales. En *Scottish Geographical Magazine* 108, páx. 179-83.

-MACKEY, W. (1979): Toward an ecology of language contact. En Mackey, W. e Ornstein, J. (Eds.): *Sociolinguistic Studies in Language Contact. Methods and Cases*. The Hague: Mouton, páx. 453-60.

-MACKEY, W. e ORNSTEIN, J. (Eds.), (1979): *Sociolinguistic Studies in Language Change. Methods and Cases*. The Hague: Mouton.

.-MAIRAL, J. (1993): La política de desarrollo en las zonas de montaña en el marco de la comunidad europea. Huesca: Instituto de Estudios Altoaragoneses.

-MAMDY, J. (1995): Le développement local par le tourisme rural: enjeux et conditions. En *Bulletin de l'Association de Géographes Français* 72, páx. 24-31.

-MARTÍN, F. (1994): Nuevas formas de turismo en los espacios rurales españoles. En *Estudios Turísticos* 122, 15-39.

-MATHIESON, A. e WALL, G. (1990): *Turismo. Repercusiones económicas, físicas y sociales*. México: Trillas.

-McINTYRE, G. (1993): *Desarrollo turístico sostenible*. Madrid: Organización Mundial do Turismo.

-MEADOWS, J. (1993): Perceptions of vacation change, (resumo de tese de doutoramento), ProQuest-Dissertation Abstracts.

-MILROY, L. (1980): *Language and Social Networks*. Oxford: Blackwell.

-MILROY, L. e MARGRAIN, S. (1980): Vernacular language loyalty and social network. En *Language in Society* 9, páx. 43-70.

-MONTEAGUDO, H. e SANTAMARINA, A. (1993): Galician and Castilian in contact: historical, social and linguistic aspects. En Posner, R. e Green, J. (Eds.): *Trends in Romance Linguistics and Philology*. Vol. 5: *Bilingualism and Linguistic Conflict in Romance*. Amsterdam: Mouton, páx.. 117-73.

-NELSON, R. (1994): The presentation of landscape: Rhetorical conventions and the promotion of tourism in British Columbia, (resumo de tese de doutoramento), ProQuest-Dissertation Abstracts.

-PENAS, V. (No prelo): El turismo rural en Galicia: una estrategia territorial para la revitalización económica. En IV Jornadas de Geografía del Turismo, Toledo, 1995.

-PÉREZ YRUELA, M. e GIMÉNEZ GUERRERO, M. (1994): Desarrollo local y desarrollo rural: el contexto del programa leader. En Papeles de Economía Española 60-61, páx. 219-33.

-POSNER, R. e GREEN, J. (Eds.), (1993): Trends in Romance Linguistics and Philology. Vol. 5: Bilingualism and Linguistic Conflict in Romance. Amsterdam: Mouton.

-PRECEDO, A. (1987): Galicia. estructura del territorio y organización comarcal. Santiago: Xunta de Galicia.

PRECEDO, A. (1994): Desenvolvemento territorial e planificación comarcal. O Plan de Desenvolvemento Comarcal de Galicia. Santiago: Xunta de Galicia.

-PRECEDO, A. e VÁZQUEZ, A. (Coords.), (1993): Desarrollo local y comarcalización. Santiago: Xunta de Galicia.

-RODRÍGUEZ LAGO, J. (Coord.), (1995): Posibilidades del turismo de montaña en la provincia de León. León: Universidade.

-RICHARDS, G. (Ed.), (1996): Cultural Tourism in Europe. Oxon: Cab International.

-ROJEK, C. e URRY, J. (Eds.), (1997): Touring cultures. Londres: Routledge.

-SANTANA, A. (1997): Antropología y turismo, ¿nuevas hordas, viejas culturas? Barcelona: Ariel.

-SANTOS, X. (No prelo): Políticas de desarrollo turístico. El ejemplo del Baixo Miño. En V Jornadas de Geografía del Turismo, La Pineda (Tarragona), 1996.

-SANTOS, X. E PAZO, A. (1995): Pazos, fiestas y catamaranes. La oferta gallega en turismo interior. En Actas do XIV Congreso de Geógrafos Españoles: Cambios regionales a finales del Siglo XX. Salamanca: Universidade, páx. 260-4.

-SHAW, G. e WILLIAMS, A. (1994): Critical Issues in Tourism. Oxford: Blackwell.

-TUAN, Y. (1991): Language and the making of place: A narrative-descriptive approach. En Annals of the Association of American Geographers 81, páx. 684-95.

-EL TURISMO rural en el desarrollo local (1992). Madrid: M.A.P.A.

-VALCÁRCEL, C. (1997): Crisis vitivinícola y dinámicas geolingüísticas en Galicia: el caso de la Ribeira Sacra. En Actas de las XVIII Jornadas de Viticultura y Enología de Tierra de Barros, Almedralejo: Centro Universitario Cultural Santa Ana.

-VALCÁRCEL, C. (no prelo): Dinámicas xeolingüísticas na Galicia interior: o exemplo da Ribeira Sacra. En Actas do Congreso Internacional A Lingua Galega: Historia e Actualidade, Santiago de Compostela: Instituto da Lingua Galega.

-VERA, F. (coord.), (1997): Análisis territorial del turismo. Barcelona: Ariel.

-VITTE, P. (1995): Les problèmes de l'agrotourisme en France. En Bulletin de l'Association de Géographes Français 72, páx. 16-23.

-WAZLAWIK, E. (1994): Internal communication of safety and health practices for non-english-speaking workers in the hospitality industry in the United States of America: A public relations problem, (resumo de tese de doutoramento), ProQuest-Dissertation Abstracts.

-WILLIAMS, C. (1988): Language Planning and Regional Development: Lessons from the Irish Gaeltach. En Williams, C. (Ed.): Language in Geographic Context. Clevedon: Multilingual Matters, páx. 267-301.

-WILLIAMS, C. (Ed.) (1988): Language in geographic context. Clevedon: Multilingual Matters.