

Una parte de nuestra identidad



España conserva en sus pueblos y en sus ciudades un ingente y valioso patrimonio cultural. Una herencia común que integran los monumentos histórico-artísticos pero también las arquitecturas populares, los museos, las manifestaciones culturales y religiosas, la música y la danza, las fiestas y festivales, los mitos y las leyendas, la artesanía y los oficios tradicionales, la gastronomía...

Este legado compartido es parte de nuestra memoria colectiva: la síntesis de los deseos, de los sueños, de las creencias y de los miedos que nos configuraron como grupo. En ese legado está contenido lo que fuimos, lo que somos y lo que seremos, y por eso, con su pérdida o su banalización perderíamos también una parte de nuestra identidad.

En el mundo rural, este carácter del patrimonio como elemento integrador, como factor de cohesión y de identidad adquiere un valor esencial. Así lo han entendido muchos de los Grupos que gestionan la iniciativa LEADER y el Programa PRODER: son numerosas las iniciativas orientadas a la preservación del patrimonio rural entendido en su concepción más amplia y que abarca tanto los bienes arquitectónicos como los valores naturales y todas aquellas manifestaciones que constituyen el saber popular. Es una labor de frutos tardíos que debe empezar con acciones de sensibilización dirigidas a la población local, depositaria de ese legado y factor imprescindible en cualquier estrategia de conservación.

Pero en el medio rural, la puesta en valor del patrimonio no puede limitarse a la mera conservación. Debe concebirse, además, -coincidiendo con el espíritu de LEADER- como un elemento de desarrollo territorial, capaz de crear nuevas actividades, de generar empleos, de contribuir a la dinamización social, en definitiva, debe convertirse en un recurso para crear riqueza. En esta dirección se encuadran las acciones orientadas a promover en los territorios LEADER y PRODER nuevas formas de turismo cultural.

En estas iniciativas, el patrimonio -tanto el patrimonio arquitectónico como el etnográfico- se potencia como recurso turístico capaz de atraer nuevos visitantes a las comarcas, de generar nuevas actividades, e incluso, de actuar como motor de una estrategia global de desarrollo económico, social y cultural.

Esta concepción del patrimonio obliga a diseñar y a definir el producto cultural que se quiere ofertar. Y para ello hay que poner en marcha un proceso complejo que se desarrolla en varias fases. Es necesariamente previo conocer lo que se tiene. De ahí la importancia de los catálogos e inventarios sobre el patrimonio que están realizando muchos Grupos de Acción Local y que son instrumentos imprescindibles para valorizar los recursos de las comarcas.

El diagnóstico debe también incluir el análisis del estado, la cantidad y la calidad de las infraestructuras y servicios turísticos para así elaborar un plan de actuaciones acorde con las necesidades del territorio. Y aquí no podemos dejar de mencionar el gran esfuerzo realizado por los Grupos para mejorar la oferta de restauración y alojamientos de sus comarcas, algo que sin duda ha tenido una incidencia importante en el desarrollo del turismo rural en nuestro país.

Estos y otros datos permitirán elaborar una propuesta de interpretación del patrimonio; esto es, de las técnicas y los instrumentos que se van a utilizar para acercar el patrimonio a los visitantes. Técnicas que pueden incluir museos, exposiciones, espectáculos, rutas, visitas guiadas, aulas de la naturaleza, centros de interpretación, ferias y otros sistemas de los que hay numerosos ejemplos en las acciones emprendidas por los Grupos LEADER y PRODER españoles.

El éxito de estas iniciativas quedaría seriamente comprometido si no se aborda un estudio en profundidad de la demanda potencial y del perfil de los visitantes a los que nos queremos dirigir. Y, finalmente, resulta imprescindible impulsar vías adecuadas para la comercialización del producto turístico, un aspecto en el que aún queda mucho por hacer y en el que es necesario seguir trabajando. ■

ENCUESTA. Agradecemos a nuestros lectores el envío del cuestionario incluido en el número 11 de Actualidad Leader. Y animamos a todos los que aún no lo han hecho a participar en una iniciativa orientada a mejorar los contenidos de la revista.

ACTUALIDAD LEADER

es una publicación trimestral de la Unidad Española del Observatorio Europeo LEADER.

Edita: Dirección General de Desarrollo Rural. Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación.

Realización y Producción: TRAGSATEC. Tecnologías y Servicios Agrarios S.A.

Dirección: Lola Venegas

Documentación: Mariola Olmos

Consejo de Redacción:

José Luis Gómez Gil
José Álvarez Gómez
Jacinto Ayuso González
Javier Urbiola Gómez-Escolar
Juan Antonio Martín Díaz
Javier Esparcia Pérez

Diseño gráfico: Area Gráfica

Portada: Foto: Joaquín Guijarro

Contraportada: Biblioteca del Real Jardín Botánico. CSIC

Dep. Legal: M-10681-1998

NIPO: 251-99-005-2

Impresión: Brizzolis

Redacción y Administración:

TRAGSATEC
Unidad Española del Observatorio Europeo LEADER
Conde de Peñalver, 38.
28006 Madrid
Telf. 91 444 91 70
Fax: 91 444 92 34
E mail: leader@redrural.tragsatec.es
<http://redrural.tragsatec.es>

La revista no se hace responsable de los artículos firmados ni comparte necesariamente sus contenidos.

Actualidad LEADER anima a los Grupos de Acción Local a difundir la revista en todos los ámbitos interesados en el desarrollo rural.