

Turismo rural en Extremadura. El caso del «turismo paisano»

JOSÉ ANTONIO PÉREZ RUBIO (*)

YOLANDA GARCÍA GARCÍA (*)

1. INTRODUCCIÓN

Basándonos en las conclusiones de un proyecto de investigación que analiza el fenómeno del turismo en Extremadura (1), hemos creído conveniente dar a conocer parte de los resultados de este trabajo, dada la importancia que puede tener la actividad turística y algunas de sus tipologías para la nueva funcionalidad del mundo rural, sobre todo en regiones donde la tradición agraria ha tenido un gran peso histórico. Es obvio el efecto positivo que tiene el desarrollo del turismo rural en regiones como Extremadura (2), tanto desde una perspectiva socioeconómica (alternativa a la producción agrícola a modo de contribuir como nueva fuente de ingresos y empleo) como desde una perspectiva sociocultural (mantenimiento de la población en áreas rurales y contribución a la conservación y a la protección de los recursos y del espacio natural).

(*) Facultad de Estudios Empresariales y Turismo, Universidad de Extremadura.

(1) El proyecto de investigación «Turismo y Desarrollo Sostenible en Extremadura» fue financiado con cargo al fondo Nacional para el Desarrollo de la Investigación Científica y Técnica (Plan I+D y Fondos FEDER), Secretaría de Estado de Universidades, Dirección General de Investigación del Ministerio de Ciencia y Tecnología. (Ref. IFD97-0294) Trienio 1999-2001. Se articuló en cuatro subproyectos: 1) Análisis de los recursos territoriales turísticos, 2) Estudio de la estructura de los mercados turísticos, 3) Turismo y Desarrollo sostenible en el medio rural y 4) El sistema de gestión turística.

(2) Al mismo tiempo que la economía extremeña sigue manteniendo una alta participación del sector agrario en el PIB regional (11,29 por ciento), sin embargo, la participación de las actividades de los servicios alcanza un 67,53 por ciento. De estas actividades, se puede decir que el sector que más vinculado se encuentra a las actividades turísticas (el de la hostelería) supone un 4,72 por ciento del PIB regional, según los datos que para el año 2001 presenta la Contabilidad Regional de España del INE.

Como Extremadura es región Objetivo 1, existen iniciativas comunitarias en materia de turismo articuladas a la Estrategia Regional desarrollada en los tres Programas Operativos en el período 1994-1999 donde se priorizaban actuaciones encaminadas a potenciar el sector turístico (3). Entre los ejes prioritarios de actuaciones del programa destacaba el relacionado con el turismo y el desarrollo rural. Así mismo, en las acciones estructurales comunitarias del Programa Operativo Integrado de Extremadura (2000-2006) (4), aparecen medidas para potenciar el turismo en 5 de los 9 ejes prioritarios de desarrollo, y se considera al turismo como una actividad en expansión. En ambos programas participan las Administraciones Central, Regional y Local.

Dado que el turismo es considerado como generador de rentas en el medio rural y puede servir como complemento a otras actividades que coadyuven a fijar la población a través de la comercialización de sus recursos, es preciso identificar quiénes son los actores implicados en dicha actividad. Desde el lado de los demandantes de los servicios turísticos se encuentran los visitantes cuya principal motivación viene condicionada por aspectos adscriptivos relacionados con los medios en que vivieron o donde residen sus parientes o amigos, principalmente aquellos que emigraron en el período álgido del desarrollo burocrático-industrial de los años sesenta y setenta. Por otro lado, es necesario determinar qué perfil tienen los visitantes del turismo rural en general y que nosotros hipotéticamente los adscribimos a las profesiones de «cuello blanco» principalmente los que proceden de los núcleos urbanos.

Por estas razones en este trabajo tratamos de aportar, desde la perspectiva sociológica, unos perfiles de turistas que hasta ahora han sido ignorados, poco conocidos o no se les ha dado importancia principalmente debido a la dinámica que imprimen los datos estadísticos recogidos de forma protocolaria:

- Por un lado, destacar el protagonismo alcanzado y la importancia que adquieren para el desarrollo del medio rural los viajeros pro-

(3) *El Programa Operativo 1994-1999 en Extremadura contempló actuaciones encaminadas a la valorización de recursos culturales de interés turístico, para restauración, habilitación y creación de plazas hoteleras al amparo del Plan Regional de Turismo y del Programa de Turismo Rural. Al amparo de este programa también se restauraron y habilitaron monumentos de carácter histórico-cultural, y se realizaron actuaciones de recuperación del patrimonio y mejora de la infraestructura en museos, archivos y otros edificios artístico-históricos.*

(4) *Destacan, entre otras, las medidas relativas a incrementar la oferta de alojamiento de turismo rural, potenciar la red de información turística, potenciar la entrada de visitantes extranjeros a la región, mejorar la calidad de los productos y servicios de las empresas turísticas, promover la diversificación, fomentar actividades alternativas que contribuyan a la desestacionalización de la demanda y a la prolongación de las estancias turísticas, promover las actividades complementarias con el fin de fidelizar al visitante, etc.*

cedentes de los centros urbanos, los segmentos sociales relacionados con las categorías socioprofesionales articuladas a los procesos de terciarización de los sectores productivos.

- Los aspectos relacionados con el proceso de motivación y de satisfacción de las expectativas del viaje.
- Y por último, dentro de la matriz genérica que engloba las diferentes formas de turismo rural, tratamos de destacar las características del turismo que hemos denominado «turismo paisano», es decir, los visitantes del medio rural motivados principalmente por los lazos de pertenencia familiar y/o comunitaria.

Aunque con cierto retraso respecto a otras regiones, en Extremadura comienzan a conocerse datos y estudios sobre turismo rural (Sánchez Rivero (1998), Proyecto SITEX de la Junta de Extremadura, INE, etc.). No obstante, éstos suelen ser trabajos de carácter descriptivo, relacionados básicamente con variables cuantitativas articuladas a aspectos que condicionan la oferta y la demanda turística y fundamentados en las características de los visitantes que pernoctan en la región (edad, sexo, estado civil, estancia media, etc.).

Tratando de superar estas tipologías se articularon, previo a la realización de encuestas, que posteriormente analizaremos, la aplicación de foros de debate y de entrevistas en profundidad como referencias para obtener las hipótesis y las variables que se deberían manejar. Se implementaron cinco foros de debate donde se discutieron temas sobre turismo rural por parte de expertos en la materia (técnicos, profesionales, empresarios, etc.) Al mismo tiempo, se realizó una investigación cualitativa a través de 60 entrevistas en profundidad realizadas a «informantes expertos», es decir, a testigos relacionados con el turismo rural (alcaldes y concejales, actores implicados en la aplicación de los fondos europeos como los gestores y agentes de PRODER y LEADER y técnicos de la Administración regional).

Con el objetivo de analizar una muestra representativa, dadas las dificultades para disponer de un conocimiento cierto del número, de la distribución y de otras características demográficas básicas de las personas que realizan turismo en Extremadura anualmente, se optó por realizar un muestreo estratificado. En la determinación del tamaño mínimo necesario de encuestas a realizar se estableció la estimación de proporciones a un nivel de confianza de un 95 por ciento y un error de muestreo de ± 3 por ciento. Se realizaron un total de 3.086 encuestas, y la distribución de la muestra se realizó proporcionalmente al peso de la demanda turística que soporta cada comarca/localidad anualmente. Las encuestas se realizaron

en el año natural comprendido entre julio de 1999 y julio del 2000. La distribución temporal de la muestra se realizó en función del peso de la demanda en los diferentes períodos del año, con el fin de contemplar en el análisis el fenómeno de la estacionalidad turística, muy acusado en Extremadura. La afijación fue proporcional, de una sola etapa, y en la selección se utilizaron cuotas de sexo y edad. El acceso a los turistas que contestaron al cuestionario se realizó en las zonas más frecuentadas por éstos. El tipo de cuestionario que se aplicó tenía un formato estructurado y cerrado, dada su aplicación en espacios abiertos, a personas individuales que se autocalificaron como turistas y en tiempos que no debían superar los quince minutos cada uno. Las encuestas en su mayor parte se realizaron en el medio rural en épocas de gran afluencia de visitantes. De las 3.086 encuestas, el 64,26 por ciento se realizaron en poblaciones de menos de 10.000 habitantes. Más del 65 por ciento se realizaron en épocas de las visitas a familiares y amigos, principalmente en Navidad y verano (agosto y diciembre) y en puentes vacacionales.

El análisis de la información obtenida que presentamos en el artículo es sólo una parte de toda la investigación de campo realizada, y nuestro interés es destacar el peso y el papel que desempeña el «turismo paisano» en el turismo rural. Los resultados obtenidos a partir de las encuestas realizadas a personas que se autocalificaron como turistas rurales en Extremadura, habían sido señalados previamente tanto en las entrevistas a los «informadores expertos» como en los foros de discusión. Efectivamente, este tipo de turismo no se ha tenido en cuenta ni por los analistas y expertos académicos ni tampoco por los planificadores de las inversiones a la hora de ser valorado como un recurso a explotar en los municipios rurales. La mayoría de los expertos en las entrevistas y los participantes en los foros de discusión subrayaron que en los pueblos con pocas posibilidades de promoción turística, es decir, con pocos o nulos recursos para fomentar actividades ligadas al turismo, la visita periódica de los emigrantes y sus descendientes supone la generación de rentas complementarias, principalmente para el sector servicios (pequeño comercio, hostelería, transporte, etc.) y la construcción (en la adaptación, rehabilitación y construcción de viviendas). Al mismo tiempo, apuntaron la existencia de un sentimiento de pertenencia y de una valoración colectiva de los recursos patrimoniales e históricos de los pueblos de donde son originarias sus familias. Incluso para los descendientes de aquellos que emigraron, los cuales, al tener un mayor nivel formativo y un mejor nivel de

vida, unen a sus lazos familiares o comunitarios una cultura relacionada con la valoración de lo rural como espacio de ocio.

2. LA VALORACIÓN DE LO RURAL. LA TERCIARIZACIÓN Y LOS SEGMENTOS SOCIOPROFESIONALES URBANOS

Es de todos conocido que el incremento de la demanda de lo rural y la moderna función de las áreas rurales tiene relación con los profundos cambios estructurales que han experimentado las sociedades europeas en las últimas décadas. En el Libro Blanco sobre Crecimiento, Competitividad y Empleo de la UE (1993) ya se destacaba la progresiva reducción del trabajo y la vida laboral, la elevación del nivel de formación que permite el incremento de las demandas de actividades y servicios relacionados con la sociedad del ocio, la extensión de las nuevas tecnologías y los sistemas de información.

La valoración del ocio y los signos de diferenciación social que comporta estarían relacionados con lo señalado por González y Camarero (1997; 63) parafraseando a Lash y Urry (1996), en la fase actual del capitalismo los productos se vacían de contenido material para cargarse de significados sociales y culturales de tipo identitario, de distinción o de valores relativos a la naturaleza. Esto se traduce en una práctica social conectada con la búsqueda de espacios relacionados con una mayor exigencia de calidad ambiental, la elección de destinos turísticos alejados de los criterios tradicionales, las experiencias individuales, el descubrimiento y contraste de costumbres y paisajes, la búsqueda de la tranquilidad, etc.

Los citados cambios tuvieron un proceso de «divulgación social» que está unido al incremento de profesiones y ocupaciones relacionadas con el control y la gestión de procesos productivos. El protagonismo de este cambio en las valoraciones hay que buscarlo en la importancia y expansión de las categorías ocupacionales y en las profesiones relacionadas con el incremento de las actividades terciarias (intersectorial), es decir, servicios-sector. Aunque también, como ya señalaba Garmendia (1986; 165), a través del desarrollo y cambio tecnológico y organizativo se está realizando un cambio en el interior de los sectores (intrasectorial), es decir, servicios-ocupación. Al mismo tiempo que esto ocurre, los procesos de terciarización se expanden geográficamente en volumen e intensidad incluso en los núcleos urbanos de las regiones menos avanzadas donde todavía tienen gran peso las estructuras profesionales articuladas a sectores tradicionales. Como se puede observar en el cuadro 1, Extremadura, a pesar de la importancia de dichos sectores, se encuentra inmersa en un proceso

semejante a lo que ocurre en el resto de España respecto a estos fenómenos de los sectores productivos. Es en los núcleos urbanos donde dichos segmentos adquieren mayor volumen; estas categorías poseen mayor formación, mayor información y mayor poder adquisitivo y, en consecuencia y a priori, mayor capacidad de apreciación del legado cultural y medioambiental.

Cuadro 1

PROCESO DE TERCIARIZACIÓN 1950-1991
(% DE LA POBLACIÓN ACTIVA CON INFORMACIÓN)

Niveles profesionales	Extremadura			España		
	1950	1981	1991	1950	1981	1991
	A	B	C	A	B	C
Directores Generales y Altos Directivos	0,25	0,96	1,10	0,33	1,71	1,80
Profesionales Técnicos y afines	2,04	8,23	13,00	3,33	9,64	14,30
Administrativos Públicos y Privados. Seguros y Finanzas	4,20	7,60	10,60	7,24	12,50	14,30
Agentes Comerciales. Vendedores comerciales	1,80	7,85	11,40	3,24	9,65	11,90
Personal de servicios de hoteles, bares: cocineros, camareros, etc.	6,50	10,45	11,30	7,33	10,20	11,80
Militares profesionales	1,58	0,98	1,00	1,30	0,99	0,80
Total	16,37	36,07	48,4	22,77	44,69	54,9

Fuente: Elaboración propia a partir de los Censos de Población del INE.

El notable incremento de «cuellos blancos» y trabajadores terciarios es evidente en España y en Extremadura. Si bien este proceso de terciarización muestra comportamientos diferentes, en España pesan más los servicios a la producción que en Extremadura. Según los datos de la Encuesta de Población Activa elaborada por el INE, en el año 2001 los activos en el sector público en España suponían un 27 por ciento del sector y en Extremadura alrededor de un 37 por ciento.

3. EL TURISMO RURAL Y EL TURISMO SIN PROMOCIÓN TURÍSTICA: EL CASO DEL «TURISMO PAISANO»

Al mismo tiempo que ocurre lo anterior se ha efectuado un cambio en el paradigma de la valoración de lo rural, es decir, se ha pasado de un sentimiento negativo de la ruralidad a un proceso de la idealización del campo y de apreciación positiva de los espacios rurales (Mathieu,

1996). Este cambio positivo se presenta con fuerza en el caso del turismo rural en Extremadura, a partir de una imagen que se resume principalmente en una serie de representaciones relacionadas con los paisajes de montaña y los ecosistemas, específicamente los sistemas adehesados. De tal forma que la imagen idealizada estaría articulada a grandes espacios con poca presión demográfica, conservación de sistemas tradicionales de producción, pervivencia de costumbres ancestrales, etc. Sin embargo, el estereotipo no coincide plenamente con la realidad, es evidente que no todas las zonas rurales encajan en este escenario turístico, y muchas de ellas quedan prácticamente al margen de esta visión, sobre todo, en determinadas épocas del año, en las que algunos factores como las condiciones climáticas y la pobreza de los recursos desarticulan el retrato bucólico de los espacios rurales.

Respondiendo al atractivo de sus recursos, el turismo en áreas rurales de Extremadura ha tenido una expansión importante en estos últimos años. Según los datos que nos proporciona el Instituto Nacional de Estadística (INE), el volumen de turistas ha aumentado en la última década de forma ininterrumpida, tanto los turistas nacionales como los extranjeros han duplicado su número. Los nacionales pasaron de 813.995 en el año 1994 a 1.471.971 en el año 2002 y los extranjeros de 93.607 a 222.539. Como se ve, el incremento ha sido importante, y este rápido desarrollo de la actividad turística se ha traducido en un notable crecimiento de la oferta de aloja-

Cuadro 2

NÚMERO Y PLAZAS DE ALOJAMIENTOS EN ESTABLECIMIENTOS RURALES
EN EXTREMADURA (1995-2001)

Año	N.º de establecimientos	N.º de plazas
1995	14	114
1996	19	176
1997	42	363
1998	65	580
1999	88	777
2000	115	1.008
2001	148	1.256

Fuente: Consejería de Obras Públicas y Turismo de la Junta de Extremadura.

mientos rurales que ha experimentado un notable crecimiento (cuadro 2).

Así mismo, se observa que son los municipios de menor población los que ofertan un mayor número de plazas (cuadro 3), puesto que algo más del 86 por ciento de las plazas de las casas rurales se concentran en los pueblos de menos de 5.000 habitantes. Estos datos inducen a pensar que, al igual que ocurre en otras regiones del inte-

Cuadro 3

PLAZAS DE ALOJAMIENTOS RURALES SEGÚN RANGO DE POBLACIÓN EN EL AÑO 2001

Rangos de población	Número de establecimientos	Plazas	Población 2001
> 50.000	2	22	82.716
25.000 a 50.000	2	18	36.690
5.000 a 10.000	17	131	49.623
1.000 a 5.000	52	466	60.610
> 1.000	75	619	22.966

Fuente: INE y Consejería de Obras Públicas y Turismo de la Junta de Extremadura.

rior del país, se desarrolla una tendencia a la intensificación de este tipo de turismo en Extremadura.

A pesar de que esta es la tendencia, sin embargo, existe un contingente ignorado en las estadísticas que forma parte de estas cifras globales. Nos estamos refiriendo al turismo familiar y más en concreto del «turismo paisano». Este fenómeno ha sido controvertido en su valoración, ya que a pesar de que era olvidado pura y simplemente por los investigadores y por los responsables de las políticas turísticas y de desarrollo rural como decíamos, sin embargo, ha sido «reivindicado» por responsables de políticas locales y agentes de desarrollo como un elemento básico de promoción y como una fuente de empleo para los pueblos con pocas posibilidades de promoción turística. Por ello, la presencia de visitantes en los pueblos en épocas señaladas se debe considerar como un segmento del turismo rural. En ese sentido, la Organización Mundial del Turismo, OMT (1994), basándose en el espacio geográfico y el gasto turístico, define al turismo como «todo gasto de consumo efectuado por un visitante durante su desplazamiento y su estancia turística en el lugar de destino». En pura lógica, todo visitante que busque el ocio en abstracto en el medio rural podemos considerarlo como «turista», por tanto, debe-

mos considerar como tal al visitante que hemos venido a denominar «paisano», es decir, al turista que visita la región, comarca o zona de sus orígenes o la de sus ascendientes y no reside en ella.

Ciertamente en Extremadura existe un flujo de este tipo de «turistas» que permanece en el tiempo, sobre todo en fechas determinadas de vacaciones (verano y Semana Santa). El volumen de estos «turistas» es difícil de cuantificar debido a su movilidad y a la forma de alojamiento (principalmente casa propia o familiar), pero es un hecho demostrable el incremento de las poblaciones rurales en épocas de celebraciones sociales o religiosas, sobre todo en época estival.

Por otro lado, la valoración del territorio por parte de éstos tiene su raíz en la imagen del medio rural del que proceden ellos o las valoraciones que hayan adquirido sus descendientes, pues también en éstos debe haber influido el cambio de valores hacia las bondades de la naturaleza y la vida rural. No obstante, las motivaciones primarias que impulsan a este turista tienen que ver con los grupos de pertenencia y los procesos de socialización en las comunidades rurales, esta identificación local le confiere definición social frente a aquellos que no tienen raíces rurales. Es evidente que «pagarse» unas vacaciones baratas puede ser una de las razones que lleven al «turista paisano» a visitar su lugar de origen y a la familia (5), pero no es la única causa de su decisión. Es posible que en épocas de crisis y reducción del poder adquisitivo haya disminuido el número de visitas de emigrantes a sus pueblos, pero no por eso han dejado de visitar a sus parientes y amigos de forma intermitente.

La causa de esta tendencia hay que buscarla en los flujos de emigrantes que abandonaron la región y se asentaron en los centros industriales en las décadas de los sesenta y setenta. El montante de la emigración extremeña fue en términos relativos superior a los de otras regiones con semejante estructura socioeconómica. Si comparamos a Extremadura con las regiones limítrofes, vemos que éstas, a pesar de tener un saldo negativo más alto, tienen los números índices referidos a casi todos los períodos más bajos que los de la región extremeña.

De tal suerte que la emigración procedente de Extremadura fue en un corto período de tiempo mucho más intensa que en el resto de

(5) Esta tendencia se detecta también en Francia. Un estudio de la Dirección General du Tourisme de Francia (*Le Monde*, 12-13 Août 2001) mostraba que el fenómeno del turismo que se aloja en casa de parientes y amigos es la principal forma de hospedaje de los veraneantes de ese país. La diferencia entre España y Francia estriba en que a pesar de las altas temperaturas del verano muchos pueblos de interior en España llegan a duplicar y triplicar su población sin atractivo turístico o recursos conocidos.

Cuadro 4

**SALDOS MIGRATORIOS REGIONALES EN LAS REGIONES AGRÍCOLAS
DEL SUR DE ESPAÑA 1940-1981**

Reg. agrícolas del sur	1941-1950	1951-1960	1961-1970	1971-1975	1976-1981
Saldos negativos					
Andalucía	-107,7	-568,5	-843,8	-197,8	-53,9
Castilla-La Mancha	-95,5	-294,1	-458,5	-446,1	-57,9
Extremadura	-25,0	-174,6	-378,2	-115,9	-45,3
Nº índices (1945/1951=100)					
Andalucía	100	527	783	83	50
Castilla-La Mancha	100	307	479	466	60
Extremadura	100	698	1.512	463	181

Fuente: Elaboración propia a partir de García Barbancho, A. y Delgado Cabrera, M. (1988): «Los movimientos migratorios interregionales en España desde 1960», en *Papeles de Economía Española*, 34 y también INE (1974): *Migraciones internas de España (1961-1970)*.

Cuadro 5

**MOVIMIENTOS MIGRATORIOS TOTALES Y EN MUNICIPIOS DE MENOS
DE 20.000 HABITANTES EN EXTREMADURA**

Años	Saldo migratorio		Tasa migratoria neta	
	Total	Menos de 20.000 hab.	Total	Menos de 20.000 hab.
1941-1950	-27.007	-31.132	-2,0	-2,7
1951-1960	-174.611	-178.267	-12,7	-15,3
1961-1971	-378.128	-264.314	-29,9	-25,9

Fuente: Elaboración propia a partir de García Barbancho, A. y Delgado Cabrera, M. (1988): «Los movimientos migratorios interregionales en España desde 1960», en *Papeles de Economía Española*, 34 y también INE (1974): *Migraciones internas de España (1961-1970)*.

regiones consideradas. El grueso del contingente migratorio extremeño durante estos años estaba compuesto principalmente por población activa y joven procedente de las zonas rurales. El cuadro 5 demuestra que es el medio no urbano el principal protagonista en las pérdidas de población.

No obstante, debemos advertir que el flujo de «turistas paisanos» no tiene las mismas características sociológicas que estos primeros emigrantes, aunque se puede realizar una aproximación a los segmentos sociales que componen el contingente de visitantes de los pueblos en esas épocas del año, siguiendo la información de los «expertos» entrevistados. Así podemos distinguir al menos tres tipos:

- En primer lugar, los visitantes que pertenecen a la primera generación de emigrantes, cuya principal motivación fue la mejora del poder adquisitivo. El emigrante retornado, de forma esporádica o definitiva, se constituía en un modelo de referencia produciendo un efecto mimético en un entorno familiar y comunitario, entrando en colisión con las representaciones colectivas del medio rural de la época. Actualmente, este tipo de visitantes ha acelerado la tendencia a adquirir viviendas, con objeto de evitar compromisos a familiares o bien con la esperanza de retornar algún día a partir de su jubilación. Aunque uno de los enigmas que rodean la emigración aún sigue siendo el destino final de las partidas del ahorro de las remesas en ciertas regiones, sin embargo, parece que las inversiones procedentes del ahorro emigrante en Extremadura han sido destinadas preferentemente a la compra, rehabilitación y mantenimiento de viviendas (Domínguez, 1995).

También en este segmento se encuentran parte de los que emigraron hacia el extranjero y que en una mayoría lo hicieron en un viaje de ida y retorno definitivo. La estancia en esos países en muchos casos se prolongó más de dos décadas. En el caso de los pequeños y medianos propietarios, las explotaciones quedaron en manos de las mujeres y ancianos. Como señalaban González y Gómez (1997), el comportamiento frente a la emigración, a diferencia de lo que ocurría con los asalariados, que fueron en la mayoría en la emigración interior, quizás pueda explicarse en términos de estrategias familiares que promueve la movilidad a partir de los altos salarios y la paridad entre la divisa extranjera y la peseta. Estas son algunas de las paradojas con las que tropieza el análisis de la actividad agraria cuando confluye la integración capitalista de la agricultura, en posición subordinada, y la apertura de un marco de oportunidades laborales y vitales fuera de ella. Además, el problema es que, en ausencia de un marco institucional y simbólico capaz de dar sentido y reconocimiento social a la actividad agraria, los agricultores apostaron por lo que resultaba económica y socialmente más «rentable».

- Un segundo contingente es el formado por los descendientes de la primera generación de emigrantes. En la motivación de su visita, no sólo influiría la obligación familiar, sino también la valoración que realizan a partir de significados culturales y sociales de la ruralidad posfordista. Este segmento tiene un perfil menos homogéneo que el visitante anterior, dado que ya ha comenzado un relevo generacional en las familias de emigrantes y tienen un comporta-

miento diferente en cuanto a la cultura de la movilidad y un menor compromiso con la comunidad rural de pertenencia. Suelen pertenecer a una categoría de asalariados fijos y residentes en las periferias de núcleos industriales. Aunque el tiempo de su estancia y número de visitas puede haber disminuido, sin embargo, ha aumentado la frecuencia en el uso de servicios de restauración, asistencia a actos culturales, visitas a lugares diferentes a los de su origen, etc.

- Otro contingente, es el constituido por los que teniendo una alta formación académica encontraron mejores oportunidades de empleo en núcleos urbanos fuera de la región. Con mayor poder adquisitivo y con una gran capacidad de movilidad, su comportamiento coincide en parte con los anteriores, aunque sus estrategias de ocio y tiempo libre suelen ser más diversificadas en el espacio y en el tiempo, es decir, las visitas suelen ser más itinerantes y acostumbra a hacerse acompañar de amigos y conocidos.

4. LOS RESULTADOS DEL TRABAJO DE CAMPO. DATOS SIGNIFICATIVOS

En este apartado tratamos de resaltar los principales aspectos que hacen referencia a los visitantes que se definieron como turistas rurales y a aquellos que respondiendo a los planteamientos y reflexiones vertidos en los apartados anteriores hemos designado como «turistas paisanos».

De las 3.086 encuestas realizadas se seleccionaron para el presente estudio, por un lado, los datos correspondientes a aquellas encuestas en las que el turista declara realizar turismo familiar y se aloja en casa propia o familiar y no reside en Extremadura, que representaba un total de 649 (21,03 por ciento), y, por otro, a aquellos que declararon practicar turismo rural, sin incluir los anteriores, y que representan un total de 663 turistas (27,2 por ciento).

4.1. Características sociológicas del turismo rural y del «turismo paisano» en Extremadura

Una de las variables a destacar en el turismo rural es el predominio de las actividades socioprofesionales ligadas a los procesos de terciarización. A falta de estudios al respecto, recurrimos a los resultados que nos proporcionan las encuestas realizadas para identificar a los visitantes que proceden de los segmentos articulados a los empleos generados por este proceso. El cuadro 6 refleja las categorías socio-profesionales que se han establecido para los dos tipos de turismo, en él se puede ver la importancia que tienen los turistas que trabajan en el sector servicios o las profesiones ligadas a los «cuellos blancos»

de las empresas de otros sectores. Podemos afirmar que casi el 50 por ciento de los visitantes alojados en establecimientos hoteleros rurales tienen empleos ligados a estas categorías. El principal contingente de los turistas rurales trabajan en el campo de las empresas privadas del sector servicios (18,3 por ciento) seguidos de los empleados en la Administración Pública (17,5 por ciento) y los profesionales liberales (12,5 por ciento). Lo mismo ocurre en el caso del «turismo paisano», son principalmente también trabajadores de empresas de servicios (21,5 por ciento), aunque los empleados en la Administración Pública (12 por ciento) bajan 5 puntos con respecto a los anteriores y las profesiones liberales (10,6 por ciento) también bajan en una proporción de 2 puntos.

Esto último indica que también los «turistas paisanos» tienen su base de reclutamiento entre los «cuellos blancos» aunque son menos en proporción que en el caso de los turistas rurales para las mismas categorías laborales. Este hecho puede apuntar a un relevo generacional de los turistas que se alojan en casa propia o familiar, es decir, al protagonismo que tienen los dos tipos de visitantes, los relacionados con los descendientes de emigrantes y los que emigraron con alta formación académica. La preponderancia de estas ocupaciones, tanto en el turismo rural como en el «paisano», puede estar influida por el mayor nivel de formación tanto de éstos como de los descendientes de los segundos. Los datos del cuadro 6 indican que en el caso del «turismo paisano», no existe en la actualidad una gran relación entre las profesiones relacionadas con aquellos trabajadores que fueron a parar principalmente al sector industrial como mano de obra sin cualificar, como ocurrió con los emigrantes de las décadas de los sesenta y setenta. Esta variable ha sido destacada en las entrevistas realizadas a los «informadores expertos» y en los «foros de discusión», es decir, la existencia de un número importante de los hijos de aquellos emigrantes que tienen un nivel de formación y ocupan puestos de trabajo diferentes y superiores en categoría a la de sus padres.

El nivel de estudios de los turistas en los dos tipos considerados (cuadro 6) refuerza la argumentación referente al cambio producido por el predominio del «personal de oficina» en el turismo de interior. Entre los turistas rurales predominan aquellos que tienen estudios universitarios, casi un sesenta por ciento del total (siendo diplomados un 33,9 por ciento y licenciados un 25 por ciento), frente al cuarenta y uno por ciento de los «turistas paisanos». El nivel de formación en enseñanza secundaria es semejante en ambos, la gran diferencia entre los visitantes del medio rural y los de tipo familiar se

aprecia en cuanto a los estudios primarios, en el caso de los primeros sólo representan un 13 por ciento frente a un 23,6 por ciento de los «turistas paisanos» que sólo tienen estudios primarios. Esta tendencia se corrobora con los datos que nos proporciona el Sistema de

Cuadro 6

VARIABLES SOCIOLOGICAS DE LOS TURISTAS RURALES EN EXTREMADURA

	Rural	Paisano
<i>Edad (%)</i>	<ul style="list-style-type: none"> – Entre 31 y 50 años (47,2) – Entre 18 y 30 años (38,8) – Más de 50 años (14) 	<ul style="list-style-type: none"> – Entre 31 y 50 años (40,5) – Entre 18 y 30 años (39) – Más de 50 años (20,5)
<i>Procedencia (%)</i>	<ul style="list-style-type: none"> – Españoles (94,7) Extremadura (26,6) Madrid (25) Andalucía (10) Cataluña (8,5) – Extranjeros (5,3) Portugal Alemania Gran Bretaña 	<ul style="list-style-type: none"> – Españoles (95,4) Madrid (41,3) Cataluña (17,0) Andalucía (9,9) Pais Vasco (9,1) – Extranjeros (4,5) Francia Gran Bretaña Alemania
<i>Nivel de estudios (%)</i>	<ul style="list-style-type: none"> – Est. universitarios medios (33,9) – Estudios secundarios (25,2) – Estudios univ. superiores (25) – Estudios primarios (13,0) 	<ul style="list-style-type: none"> – Est. universitarios medios (26,2) – Estudios secundarios (24,3) – Estudios primarios (23,6) – Estudios univ. superiores (15,1)
<i>Categoría profesional (%)</i>	<ul style="list-style-type: none"> – Servicio privado (18,3) – Administración pública (17,5) – Otra categoría (12,8) – Profesión liberal (12,5) – Administrativo (9,5) 	<ul style="list-style-type: none"> – Servicio privado (21,5) – Otra categoría (14,7) – Administración pública (12,0) – Profesión liberal (10,6) – Administrativo (6,6)

Fuente: Elaboración propia a partir de la aplicación de 3.086 encuestas realizadas del proyecto de investigación «Turismo y Desarrollo Sostenible en Extremadura».

Información Turística de la Junta de Extremadura (SITEX), para el año 2001, donde el porcentaje de turistas con títulos universitarios que recibió la región era del 58,8 por ciento respecto al total.

El lugar de residencia de los visitantes puede ser indicador importante a la hora de destacar el predominio de las categorías laborales y profesionales en el turismo de Extremadura y particularmente en los dos tipos analizados.

En el cuadro 6 se puede ver que el grueso de los visitantes que se definen como turistas rurales proceden de la propia Comunidad Autónoma (un 26,6 por ciento), seguidos de los que residen en Madrid (25 por ciento) y a mayor distancia de los visitantes de Andalucía (un 10 por ciento). En el turismo rural, es evidente la importancia que tiene el mercado interno y principalmente el de las gran-

des ciudades: Cáceres y Badajoz, Mérida y Plasencia, donde se concentra la mayor parte de las actividades comerciales e industriales, y donde se ubican gran parte de los organismos de la Administración, la Universidad, las empresas del sector terciario, etc. Según cálculos de Martínez García (2002; 396) el poder de mercado del propio mercado de Extremadura ocupaba el puesto undécimo entre todas comunidades autónomas con un 26,57 por ciento por encima del de Baleares (un 24,88 por ciento), Cantabria (18,02 por ciento), Navarra (14,5 por ciento), La Rioja (13,96 por ciento), etc. Esta analista nos señala que los coeficientes de atracción de Extremadura respecto a otras comunidades autónomas eran del 2,98 por ciento para Madrid, el más alto de España; por encima del coeficiente de atracción de los madrileños por Castilla-La Mancha (2,59), La Rioja (2,15), Cantabria (2,13), Baleares (1,48), Galicia (1,46), etc. A su vez, el coeficiente de atracción respecto a los visitantes de la propia Comunidad Autónoma era de 8,55 igual que el de Aragón y superior a los de Cantabria (7,46), Castilla-La Mancha (5,36), Andalucía (3,87), Cataluña (3,82), etc.

No podemos dejar de subrayar, dada la escasa consideración que se le otorga al flujo de turistas procedentes de Andalucía (10 por ciento), ya que este contingente está por encima de los provenientes de Cataluña (8,5 por ciento), de Castilla-León (9 por ciento) y del País Vasco (5,6 por ciento). Según los informantes entrevistados, hacia Andalucía y sobre todo hacia Sevilla ha habido una emigración de trabajadores con alta formación (ingenieros, médicos, maestros, directivos, etc.) que son la base de este flujo.

La debilidad del flujo turístico procedente del extranjero es evidente en el caso de los tipos analizados, tan sólo un 5,3 por ciento de los turistas que realizaban turismo rural en la región son extranjeros y son principalmente turistas procedentes de Portugal, aunque su proporción es insignificante a pesar de ser país fronterizo con Extremadura.

En el caso del turismo «paisano» los visitantes procedentes de Madrid suponen nada menos que un 41,3 por ciento, seguidos a distancia de los que proceden de Cataluña (17 por ciento). El volumen de los que viven en Andalucía (9,9 por ciento) es ligeramente superior a los que declaran residir en el País Vasco (9,1 por ciento). Siendo muy poco importante los que trabajan en el extranjero en la actualidad, ya que el total solamente supone un 4,5 por ciento de todos los turistas que se alojan en casa propia o familiar.

En la investigación realizada se partía en un principio de la consideración de que la edad de los turistas, sobre todo la del turismo familiar, sería elevada. Sin embargo, hay que señalar que casi la mitad (un 47,2 por ciento) de los visitantes del medio rural de Extremadura tienen una edad comprendida entre 31 y 50 años, y un 38,8 por ciento son jóvenes comprendidos entre 18 y 30 años. En el caso del «turismo paisano» vemos que ocurre algo similar, el 40,5 por ciento tiene una edad entre 31 y 50 años. Aunque el volumen de los «turistas paisanos» con edades superiores a los 50 años (20,5 por ciento) es superior, en más de seis puntos, al porcentaje correspondiente al turista rural para ese mismo intervalo de edad. No parece, por tanto, que los visitantes de los pueblos sean masivamente los de mayor edad, pues aproximadamente cuatro de cada cinco «turistas paisanos» pertenecen al contingente formado por los descendientes de los antiguos emigrantes y al contingente formado por aquellos que a partir de su formación académica encontraron mejores oportunidades de empleo fuera de la región.

4.2. Motivaciones y expectativas del turismo rural y del «turismo paisano» en Extremadura

Toda aproximación a la definición de los tipos de turismo debe comportar un estudio de las motivaciones y expectativas de los visitantes, éstas no sólo favorecen discernir aspectos relacionados con las orientaciones y preferencias de aquellos, sino la función que tiene en la planificación y gestión de esta actividad (Garrod y Fyall, 2001: 429). Como bien se sabe las motivaciones están en el origen de la decisión del turista pero también resulta necesario conocer el cumplimiento de las expectativas. Éstas no sólo están causadas por las necesidades, sino también de la información recibida, la experiencia previa, los mensajes comunicados por el propio destino, los medios de comunicación, el círculo de amistades, el estatus familiar, etc. Fue Kaplan (1960) el que introdujo la distinción en la definición de los roles (experiencia aislada u organizada en un grupo) y opinaba que el ocio debe ser aprehendido bajo la dimensión extrínseca –función de reconocimiento social– y la intrínseca –función de satisfacción o placer– (Lafant: 1978; 96). De tal forma que a medida que la distinción social en el trabajo se vuelve más difusa se acentúa la necesidad de distinguirse de la manera de cómo se emplea el tiempo en el no trabajo. Como señala Sue (1982; 91 y 92) si no se puede probar la posición social por la naturaleza del trabajo se prueba mediante las actividades de esparcimiento. Entre los agentes y medios de socialización que influyen en el proceso de motivación del turista cabe señalar la importancia que tiene el

círculo de amistades y la categoría social de la familia, aunque existen otros agentes que pueden influir en ocasiones de forma más intensa en la decisión de viajar. Este puede ser el caso de los medios de comunicación al poner de moda ciertos destinos. En el caso que nos ocupa podemos ver cómo el consejo de amigos y familiares, tanto para el total de visitantes como para los tipos considerados es la fuente de información predominante. Casi el sesenta y cuatro por ciento de los turistas rurales que visitan Extremadura obtienen sus referencias en el ámbito familiar y en su círculo de amigos y en menor medida en los medios de comunicación (cuadro 7). Otras maneras de información tienen menor influencia en los turistas que visitan la región. Si comparamos los datos obtenidos en la presente investigación con las cifras oficiales existentes podemos ver que aquellos varían sustancialmente para el conjunto de los turistas que recibe Extremadura. Así, por ejemplo, el Proyecto SITEX calcula que más de un 20 por ciento de

Cuadro 7

MOTIVACIONES Y EXPECTATIVAS DE LOS TURISTAS RURALES EN EXTREMADURA

		Rural	Paisano
PROCESO DE MOTIVACIÓN	<i>Qué buscan en sus vacaciones</i> (Valoración medía: escala de 1 a 5)	- Conocer el patrimonio (3,88) - Descanso, tranquilidad (3,76) - Placer, diversión (3,72)	- Ver a la familia (4,44) - Descanso, tranquilidad (3,98) - Placer, diversión (3,93)
	<i>Redes de información (%)</i> (6)	Consejo amigos/familiares (63,9) Ninguna fuente (20,5) Medios de comunicación (18,7)	Consejo amigos/familiares (49,9) Ninguna fuente (48,3) Medios de comunicación (2,7)
EJECUCIÓN	<i>Preparación Canales de marketing (%)</i> (7)	- A través de personas que conocían la región (38,0) - Guías, folletos, etc (28,0) - No se preparó (23,6)	- No se preparó (73,1) - A través de personas que conocían la región (16,0) - Guías, folletos, etc (5,0)
	<i>Formalización (%)</i>	- Contactos directos (83,4) - Agencias privadas (11,01)	- Contactos directos (81,9) - Agencias privadas (2,0)
EXPECTATIVAS	<i>Cumplimiento según expectativas (%)</i>	- Culturales/conocimiento (96,6) - Esparcimiento/diversión (94,6) - Descanso/tranquilidad (93,6)	- Afectivas/familiares (97,2) - Esparcimiento/diversión (94,2) - Descanso/tranquilidad (92,1)
	<i>Grado de satisfacción (%)</i>	- Piensa volver (98,4) - Aconsejaría este destino (99,2)	- Piensa volver (99,8) - Aconsejaría este destino (99,8)

Fuente: Elaboración propia a partir de la aplicación de 3.086 encuestas realizadas del proyecto de investigación «Turismo y Desarrollo Sostenible en Extremadura».

(6) Como el encuestado podía contestar un máximo de 3 redes de información utilizadas, los porcentajes se deben interpretar sobre el total de respuestas y no sobre el total de turistas.

(7) En esta pregunta se les solicitaba que indicaran sólo las más importantes, con lo cual a la hora de contestar podían responder a más de un ítem, es por ello por lo que de nuevo los porcentajes se deben interpretar sobre el total de respuestas y no sobre el total de turistas entrevistados.

los turistas realizan el viaje por recomendación de su entorno. Esta diferencia puede ser debida a la metodología aplicada en dicho Proyecto que deja a la voluntad del turista el cumplimiento del cuestionario en los diferentes establecimientos de hospedaje.

La motivación de los turistas puede estar condicionada por el objetivo de su visita pero va acompañada de otro tipo de razones. La mayoría de visitantes del mundo rural declaraban estar motivados, en semejante proporción, por conocer aspectos relacionados con el turismo cultural (conocimiento del patrimonio), por la búsqueda de descanso y tranquilidad y por placer y diversión. Es decir, el turista rural puede tener un nivel de complejidad más amplio que el turista estándar de la era fordista en virtud de la diversidad de experiencias que busca. Por otro lado, el «turista paisano» al motivo principal de encontrar a su familia y amigos se añade en menor proporción la búsqueda de esparcimiento y diversión y la búsqueda de descanso y tranquilidad.

Con respecto a la formalización de la visita, para el caso del turista que decía estar ejerciendo turismo rural, se suele hacer en inmensa mayoría a través de contactos directos y no por intermediarios, en este sentido no se aprecian diferencias de comportamiento con relación al «turista paisano».

Tanto el cumplimiento de las expectativas como el grado de satisfacción es casi absoluto y la esperanza de repetir la experiencia es grande en ambos.

4.3. Características del flujo turístico

Los turistas que visitan los espacios rurales usan el hotel, el camping y la casa rural prácticamente en la misma proporción y en menor medida el hostel. Es evidente el predominio del tipo de alojamiento en casa propia/familiar del «turista paisano».

Respecto a las pernoctaciones, las estancias medias varían. La estancia en hotel para los turistas rurales es de aproximadamente 2 noches, y de 2,27 para los que emplean la modalidad camping. Cabe señalar que la pernoctación media en casas rurales (1,47) es baja en relación a lo anterior. Como era de esperar, la estancia media de los turistas que usan casa propia o familiar es de aproximadamente 15 días, lo que supone un período bastante largo de permanencia en los pueblos y mayor posibilidad de gasto. Dentro del «turismo paisano», también hemos observado diferencias según grupos de edad, así los que tienen más de 50 años tienen un promedio de estancia superior (21,10 días) a la de los visitantes que tienen menos de 50 años (12,87).

Cuadro 8

FLUJO TURÍSTICO. ASPECTOS CUALITATIVOS Y CUANTITATIVOS

		Rural	Paisano
COMPORTAMIENTO DE CONSUMO	Tipos de alojamiento (%)	- Hotel (26,1) - Camping (25) - Casa rural (22,1) - Hostal (14,5)	- Casa propia/familiar (97,8) - Camping (1,5) - Casa rural (0,3) - Hostal (0,1)
	Pernoctaciones media en días	- Hotel (2,02) - Camping (2,27) - Casa rural (1,47) - Hostal (1,36)	- Casa propia/familiar (14,49) - Hostal (2) - Camping (1,8) - Casa rural (1)
Hábitos de uso (%)		- Instalaciones expansión y ocio (93,7) - Instalaciones culturales (89,4) - Instalaciones comerciales (88,1) - Restaurantes (72,5)	- Instalaciones expansión y ocio (92,8) - Instalaciones comerciales (94,0) - Instalaciones culturales (78,9) - Restaurantes (30,5)
Actividades que realizan (%)		- Visita lugares histórico/artísticos (96,8) - Realiza excursiones (92,1) - Participa en fiestas populares de la localidad que visita (81,6)	- Participa en fiestas populares de la localidad que visita (84,4) - Visita lugares histórico/artísticos (82,0) - Realiza excursiones (74,0)
Destinos (por orden de preferencia)		Monfragüe La Vera Trujillo Sierra de Gata Villuercas Cáceres Hurdos	Cáceres Trujillo La Vera Mérida La Serena Monfragüe Hurdos y Zafra

Fuente: Elaboración propia a partir de la aplicación de 3.086 encuestas realizadas del proyecto de investigación «Turismo y Desarrollo Sostenible en Extremadura».

En los hábitos de uso de las instalaciones dedicadas o susceptibles de uso turístico los porcentajes indican una gran movilidad. En el caso paradigmático de la restauración los hábitos también han cambiado y su uso está bastante expandido entre los turistas rurales, pues más del 72,5 por ciento declaran que frecuentan los restaurantes varias veces a la semana. Hay que destacar que este hábito en los «turistas paisanos» también comienza a ejercerse, pues más del 30 por ciento de estos turistas usan el restaurante semanalmente.

Por último, como decíamos, la cultura de la movilidad se ha instalado entre los turistas que visitan el medio rural. Las visitas a lugares históricos, la realización de excursiones y la fiestas populares son masivamente frecuentadas, aunque como es lógico los porcentajes disminuyen ligeramente en los «turistas paisanos». La mayor afluencia de visitantes la registran el Parque Nacional de Monfragüe y los Valles del Norte de la provincia de Cáceres. Mientras que el «turismo paisano» se dispersa por toda la región y se decanta por los lugares históricos (Cáceres, Trujillo y Mérida, principalmente).

5. CONCLUSIONES

En líneas generales, ante el estudio del turismo rural en Extremadura podemos destacar la existencia de dos modalidades de visitantes claramente diferenciadas (los turistas rurales y los «turistas paisanos»). El turismo rural, en general, y el «turismo paisano», en particular responde a una demanda efectiva que debe ser objeto de investigación puesto que es un recurso que contribuye a la obtención de rentas complementarias en las áreas rurales. El reto en el caso de los «turistas paisanos» está en garantizar que las visitas del emigrante y sus descendientes perduren en el tiempo. Es decir, si la emigración benefició en un principio a la región receptora, ahora la región emisora a través de diversos mecanismos, formales o informales, tiene posibilidades de beneficiarse de los emigrantes y sus descendientes.

Con estas notas hemos tratado de demostrar que el turismo rural y en menor medida el turismo familiar o «paisano» están articulados a ciertas categorías socioprofesionales ligadas a la terciarización de los procesos productivos en las empresas industriales y de servicios, y más específicamente en las ramas de servicios a las empresas, administración públicas, «cuellos blancos» en general.

Se constata en relación con la profesión y ocupación, que los visitantes rurales tienen un nivel elevado de formación puesto que más de la mitad poseen estudios universitarios. Para los turistas familiares la proporción de universitarios baja en veinte puntos en referencia a los turistas rurales, pero los que sólo tienen estudios primarios no llegan a una cuarta de los mismos.

Cabe subrayar la importancia que tienen para el turismo rural los núcleos urbanos de Extremadura, protagonistas en el suministro de turistas por encima de Madrid que es el segundo foco emisor del flujo turístico. En el caso de los «turistas paisanos» son los núcleos del destino de la emigración de mano de obra en los años 60 y 70 (Madrid, Cataluña y País Vasco por este orden). Aunque hay que resaltar los procedentes de Andalucía tanto para aquellos que se declaran visitantes rurales como para los «turistas paisanos».

En cuanto a las motivaciones y expectativas de los visitantes incluidos en estas dos variedades de turismo, debemos deducir que se realizan a partir de la información de la experiencia personal y la influencia de amigos y/o familiares que conocen la región. La motivación relacionada con el conocimiento del patrimonio con el turismo rural y la visita a la familia con el «turismo paisano», así como el descanso y la diversión, tienen influencia en sus necesidades, de esta forma nos

encontramos con un turista más complejo que el prototipo de turista al uso.

A pesar de esto, la estancia en la región por parte de los turistas rurales no es muy alta, mientras que la permanencia media de los turistas familiares es de 15 días. Esto en términos de política turística supondría abordar el reto de incremento de las pernoctaciones en el ámbito rural y consolidar el turismo paisano con visión de futuro. Queda pendiente el estudio exhaustivo del número de emigrantes y sus descendientes que todavía conservan lazos familiares con la región. Lo mismo que el estudio del gasto medio de un turista paisano. Pero lo que no deja de ser un reto es la articulación de fórmulas de atracción y ligazón de los emigrantes y sus descendientes a través de la identificación con el territorio, con el fin de contribuir al desarrollo en las zonas rurales que aquellos dejaron hace décadas.

BIBLIOGRAFÍA

- BARRADO, T. D. y CASTIÑEIRA, M. (1998): «El turismo: último capítulo de la idealización histórica de la naturaleza y el medio rural». En *Estudios Agro-sociales y Pesqueros*, 184.
- CALLIZO, J. (1997): «Potencialidades turísticas de las áreas interiores. Conflictos y cautelas» En: Valenzuela, M.: *Los turismos de interior. El retorno a la tradición viajera*. Madrid. UAM Ediciones, Colección de Estudios.
- CALS, J.; CAPELLA, J. y VAQUÉ, E. (1995): *El turismo en el desarrollo rural en España*. MAPA.
- CAMARERO RIOJA, L. A. y GONZÁLEZ FERNÁNDEZ, M. (1999): «Reflexiones sobre desarrollo rural: las tramoyas de la postmodernidad». En *Política y Sociedad*, 31.
- COMISIÓN DE LAS COMUNIDADES EUROPEAS (1993): *Crecimiento, competitividad y empleo. Retos y pistas para afrontar en el siglo XXI*. Libro Blanco, Bruselas-Luxemburgo.
- CROSBY, A. (1997): *Desarrollo y Gestión del Turismo en áreas Rurales-Naturales*. CEFAT.
- DOMÍNGUEZ MERINO, J. (1995): «Yacimientos de empleo: Relaciones de Extremadura con quienes fueron sus emigrantes». En *Revista Sementera*, Consejo de Comunidades Extremeñas.
- GARCÍA BARBANCHO, A. y DELGADO CABRERA, M. (1988): «Los movimientos migratorios interregionales en España desde 1960». En: *Papeles de Economía Española*, 34.
- GARMENDÍA (1986): «Nuevas tecnologías, empleo y ocupación» En: *Sociología Industrial y de la Empresa*. Madrid. Ed. Aguilar.
- GARROD, B. y FYALL, A. (2001): «Turismo patrimonial: el problema de su definición». En: *Annals of Tourism Research*, vol. 3, nº 2.

- GONZÁLEZ RODRÍGUEZ, J. J. y GÓMEZ BENITO, C. (1997): «Clases agrarias, estrategias familiares y mercado de trabajo». En: *Agricultura y Sociedad en la España Contemporánea*, Madrid, MAPA-CIS.
- JUNTA DE EXTREMADURA (2000): *Anuario Estadístico del Turismo en Extremadura. Año 2000*. Consejería de Obras Públicas y Turismo. Dirección General de Turismo. Proyecto SITEX.
- JUNTA DE EXTREMADURA (2001): *Anuario Estadístico del Turismo en Extremadura. Año 2001*. Consejería de Obras Públicas y Turismo. Dirección General de Turismo. Proyecto SITEX.
- KAPLAN, M. (1960): *Leisure in America. A social inquiry*. Nueva York. John Wesley.
- LAFANT, M. (1978): *Sociología del ocio*. Barcelona. Ed. Península.
- LASH, S. y URRY, J. (1996): *Economics of signs and Space*. Londres. Sage.
- MATHIEU, N. (1996): «Rural et urbain: unité et diversité dans les évolutions des modes d'habiter». En: Jovillet, M. y Eizner, N. (Dir.) : *L'Europe et ses campagnes*. París, Presses de la Fondation Nationale des Sciences. Politiques.
- ORGANIZACIÓN MUNDIAL DEL TURISMO (OMT) (1994): *Recomendaciones sobre estadísticas de turismo*. Organización Mundial de Turismo, Madrid.
- SÁNCHEZ RIVERO, M. (1997): «Extremadura: de la gran desconocida al gran descubrimiento. Análisis del turismo extremeño». En: *Revista Situación* (Banco Bilbao-Vizcaya), Serie «Estudios Regionales: Extremadura».
- SÁNCHEZ RIVERO, M. (1998): «Una aproximación al sector turístico extremeño». En: *Papeles de Economía Española, «Economía de las Comunidades Autónomas: Extremadura»*.
- SANTOYO, H.; RAMÍREZ, P. y SUVEDI, M.: *Manual para la evaluación de programas de desarrollo rural*. Madrid. Mundi Prensa.
- SUE, R. (1982): *El Ocio*. México. FCE.
- THIEBAUT, L. (1989): «Une demande en quête d'acteurs : la demande sociale des biens de nature». En: N. Mathieu y M. Jovillet, *Du rural a l'environnement*. París, L'Harmattan: pp. 269-274.
- VALENZUELA, M. (1988): «El turismo rural, la vuelta a la tierra de las sociedades urbanas». En: *Referencias*, 4.

RESUMEN

Turismo rural en Extremadura. El caso del «turismo paisano»

La intención del presente texto es contribuir a la reflexión sobre los fenómenos relacionados con la nueva funcionalidad del mundo rural y las valoraciones que se realizan desde los medios urbanos. Pretendemos argumentar que el turismo en las zonas rurales se encuentra articulado a las nuevas formas y procedimientos de trabajo relacionados con los cambios en la estructura socioprofesional y a las variables que condicionan las motivaciones que llevan a los visitantes a elegir el medio rural de Extremadura como destino turístico.

Por otra parte, se trata de destacar las características que tiene el «turismo paisano» a partir de las visitas de los emigrantes y sus descendientes. De esta forma se pretende dar cuenta de que el turismo también es una fuente de recursos que es preciso investigar más allá de la mera descripción de los análisis al uso.

PALABRAS CLAVES: Turismo, turismo rural, turismo de emigrantes, turismo paisano, desarrollo rural, nuevos yacimientos de empleo en el medio rural.

SUMMARY

Rural tourism in Extremadura. The case of the «countryman tourism»

The purpose at the present article is to help to the reflection on the phenomenon related with the new functional character and the valuations that nowadays are made about the rural space from urban centre. We try to argue that the rural tourism is related with the news working procedures and the variations of the socialprofessional structure and with the variables for wich the visitor select the rural space of Extremadura as tourist destination.

On the other hand and considering that the rural areas tourism keeps on being more diverse and interrelated than the typologies of ordinary tourism, we also reflect and analyse the case of the «countryman tourism» at Extremadura. So we want to report that the rural areas tourism, in its diverse meanings, is a source of resources that is essential to investigate further than the only description and the mere quantification.

KEYWORDS: Tourism, rural tourism, countryman tourism, rural development, new employment deposits at the rural environment.