

EL PAISAJE LITERARIO COMO MITO TURÍSTICO PARA EL DESARROLLO RURAL

José Luis Andrés Sarasa*
Universidad de Murcia

RESUMEN

Las políticas de desarrollo rural propugnadas desde diferentes ámbitos de responsabilidad no han dado los frutos apetecidos, la depresión del medio rural se agudiza hasta el punto de que aparezcan titulares de prensa afirmando que el medio rural no interesa para vivir.

En estas circunstancias en este trabajo se propone un esfuerzo endógeno en base al capital/imagen del territorio configurada por un mito literario como es la Ruta de Mío Cid por tierras del Jiloca turolense. Se señalan unas pautas a seguir para poner en valor el paisaje literario a través de un turismo cultural que debe ejercer de freno a la depresión.

Palabras clave: paisaje literario, mito turístico, turismo cultural, desarrollo rural

The literary landscape as myth tourism for rural development

ABSTRACT

Rural development policies advocated from different areas of responsibility have not yielded the expected results; the collapse of rural areas is exacerbated, and even appear headlines in the media claiming that rural living is not interesting.

In these circumstances, this paper proposes an effort based on the factor set by the area's image, as is the literary route of the Cid, on lands of the region of Jiloca (Teruel, Spain). This paper identifies some guidelines to putting in value the literary landscape, through cultural tourism, to try to improve the development of rural areas.

Keywords: literary landscape, tourist myth, cultural tourism, rural development

Hace una docena de años el Reglamento (C.E.) 1257/1999 del Consejo de 17 de mayo de 1999, sobre ayuda al desarrollo rural a cargo del Fondo Europeo de Orientación y Garantía Agrícola (FEOGA) daba las pistas fundamentales para el desarrollo rural: renovar la imaginación; apostar por la diversificación; creer en la multifuncionalidad de la agricultura. De los cincuenta y tres considerandos de que consta el citado Reglamento interesa destacar el (6) por constituir una seria advertencia que parece haber sido desoída: *“En los próximos años la agricultura tendrá que adaptarse a las nuevas realidades y cambios que se produzcan en la evolución del mercado, la política de mercados, las normas comerciales, la demanda y preferencia de los consumidores y la próxima ampliación de la Unión; que estos cambios afectarán no sólo a los mercados agrícolas, sino también a la economía local de las zonas rurales en general; que la política de desarrollo rural debe tener como objetivo restablecer y reforzar la competitividad de estas zonas y contribuir así al mantenimiento y creación de empleo entre ellas”*.

Fecha de recepción: 22 de marzo de 2012.

Fecha de aceptación: 9 de julio de 2012.

* Departamento de Geografía. Universidad de Murcia. Campus de La Merced. 30001 Murcia (España). E-mail: jlandres@um.es

En la actualidad se constata que las políticas de desarrollo rural propugnadas han ignorado tanto las pistas citadas más arriba como las particularidades de cada territorio por lo que no han dado los resultados apetecidos, ni por lo que respecta a las inversiones para la modernización de las explotaciones, ni para la reindustrialización agraria. Un buen ejemplo de esta circunstancia puede encontrarse en las tierras del Jiloca turolense objeto de esta investigación. A principios del presente año el Diario de Teruel publicaba un desolador artículo “El Jiloca no interesa para vivir”, que llamó poderosamente nuestra atención y que justifica este trabajo, que debe interpretarse como la propuesta de una nueva pista con la que intentar salir de la situación de profunda depresión que atraviesan unas tierras por las que sentimos un singular afecto. El citado artículo destaca que “ha asentado a muy pocos nuevos pobladores emprendedores, aunque hayan sido cientos los interesados para vivir en el medio rural. En media docena de años sólo ha logrado que dos familias de nuevos pobladores se asienten en la Comarca”.

No menos preocupantes son los comentarios surgidos sobre esta noticia, entre los muchos y muy variados seleccionamos los siguientes: “No es fácil adaptarse, hay muchas carencias”; “Yo no podría vivir en el Jiloca, pero sí que me encanta pasar unos días”; “Hay buenas ideas pero fallan los responsables políticos”; “A los caciques es difícil cambiarles la mentalidad”; “Los alcaldes y los vecinos son gentes mayores”; “Es la pura realidad, a los hechos me remito”; “Alcaldes e instituciones no están por la labor de difundir el turismo de estos pueblos minúsculos”; “Pueblos muy pequeños que en invierno viven escasamente media docena de personas, un edificio nuevo producto del Proyecto Leader que sólo se utiliza para tomar café tres del pueblo a diario, los fines de semana algunos más del pueblo que vienen de Zaragoza y para los cazadores que hacen y deshacen a su antojo”. La contundencia de los comentarios matiza la profunda crisis por la que atraviesa el medio rural en general, es la percepción de los que son y están en el territorio. Una percepción que confirman los resultados de una amplia investigación que publicamos hace media docena de años en el nº 33 de la Revista Xiloca con motivo de las reuniones de una mesa por el empleo en la que se llegó a la conclusión de que “no hay soluciones milagrosas y a corto plazo”. Estamos en una Comarca con tasas de paro registrado muy preocupantes, a finales de 2011 en industria se alcanza el 24,8% pero en los servicios asciende al 43,3%. La caída de la producción ganadera pone en riesgo la Denominación de Origen del Jamón, por el sobrecoste que conlleva las exigencias de la Denominación. El total de la población comarcal es de 13.937 habitantes, sólo dos municipios, que actúan como subpolos en la fallida reindustrialización, absorben algo más del 50% del total de la población, el resto se reparte entre treinta y ocho municipios, de los que cerca del 50% tienen menos de 100 habitantes, pero la tercera parte ha cumplido los 65 años. Por último, para el objetivo de este trabajo, destacar que la ocupación en casas rurales en un interesante puente se ha quedado en el 35% para el conjunto de la provincia.

Entre todos los comentarios citados para el objetivo de este trabajo interesa destacar la afirmación que se hace acerca de la falta de disposición a favor del turismo. Sorprende esta afirmación cuando existe un grupo de acción local y una asociación cultural que promueven cursos sobre la actividad turística, tal vez no han sabido o no han podido calar en el mensaje que lanza la comunicación de la Comisión al Parlamento Europeo, al Consejo, al Comité Económico y Social Europeo y al Comité de las Regiones “Europa, primer destino turístico del mundo: un nuevo marco político para el turismo europeo”, que en la Introducción señala: “El turismo es una actividad económica de gran importancia con un impacto muy positivo en el crecimiento económico y el empleo en Europa. Es también un aspecto cada vez más importante de la vida de los ciudadanos europeos, que viajan cada día más, por motivos privados o profesionales. El turismo, como actividad que afecta al patrimonio cultural y natural, así como a las tradiciones

y las culturas contemporáneas de la Unión Europea, refleja de manera ejemplar la necesidad de conciliar el crecimiento económico y el desarrollo sostenible, incluida la dimensión ética”.

En estas circunstancias, el objetivo de este trabajo se concreta en proponer una reflexión en torno a dos interrogantes fundamentales en busca de la necesaria conciliación entre crecimiento y desarrollo: ¿el turismo puede y debe convertirse en el instrumento de ruptura de la depresión que sufre el territorio? No cabe la menor duda, pero es preciso buscar el mito que sea capaz de atraer visitantes hacia un paisaje que ha de convertirse en el principal capital/imagen. En segundo lugar ¿Cómo dar a conocer los elementos de la imagen del paisaje? La primera reflexión se articula en torno a la interacción entre paisaje y mito, para la segunda se recurre al análisis de los elementos que componen la imagen del territorio a la vez que se proponen los lugares como capital del mito.

1. INTERACCIÓN ENTRE PAISAJE Y MITO TURÍSTICO

ICOMOS (International Council on Monuments and Sites) en su Carta Internacional Sobre Turismo Cultural *La Gestión del Turismo en los Sitios con Patrimonio Significativo (1999)*, adoptada por Icomos en la 12ª Asamblea General en México, octubre de 1999, da la clave de la interacción que en este apartado se propone: “Por su propia naturaleza, el Turismo ha llegado a ser un complejo fenómeno de dimensiones políticas, económicas, sociales, culturales, educativas, biofísicas, ecológicas y estéticas. Se pueden descubrir numerosas oportunidades y posibilidades conociendo la valiosa interacción existente entre los deseos y expectativas de los visitantes, potencialmente conflictivas, y de las aspiraciones y deseos de las comunidades anfitrionas o locales.

El Patrimonio natural y cultural, la diversidad y las culturas vivas constituyen los máximos atractivos del Turismo. El Turismo excesivo o mal gestionado con cortedad de miras, así como el turismo considerado como simple crecimiento, pueden poner en peligro la naturaleza física del Patrimonio natural y cultural, su integridad y sus características identificativas. El entorno ecológico, la cultura y los estilos de vida de las comunidades anfitrionas, se pueden degradar al mismo tiempo que la propia experiencia del visitante”.

Por su parte la Comisión Europea en la Comunicación citada más arriba recalca que “El turismo europeo se enfrenta a retos importantes que constituyen también oportunidades que deben aprovecharse. Por una parte, la industria debe adaptarse a las evoluciones de la sociedad que influirá en la demanda turística; por otra, debe hacer frente a las dificultades impuestas por la estructura actual del sector, sus especificidades y su contexto económico y social”.

La complejidad de esta interacción exige detenerse a reflexionar en torno a un doble interrogante: ¿qué paisaje existe? y ¿por qué la necesidad de un mito? Para responder al primer interrogante es aconsejable recurrir al Convenio Europeo del Paisaje (Florenia 20-X-2000) que en su preámbulo expone de modo explícito la interrelación que existe entre paisaje y función, presenta al paisaje como el resultado visible de la funcionalidad. Para matizar esta interrelación conviene recordar dos puntos que justifican plenamente la inclusión de este apartado en nuestro trabajo. El primero resaltar el valor del paisaje como recurso: “Tomando nota de que el paisaje desempeña un papel importante de interés general en los campos cultural, ecológico, medio-ambiental y social, y que constituye un recurso favorable para la actividad económica y que su protección, gestión y ordenación pueden contribuir a la creación de empleo”. El segundo hace referencia a la necesidad de adaptación a la nueva funcionalidad del paisaje y los riesgos que conlleva: “Tomando nota de que la evolución de las técnicas de producción agrícola, forestal,

industrial y minera, así como en materia de ordenación del territorio y urbanística, transporte, infraestructura, turismo y ocio y, a nivel más general, los cambios en la economía mundial están acelerando en muchos casos la transformación de los paisajes”.

Entrar en el segundo interrogante exige recordar que en todo proyecto de desarrollo se establecen tres fases fundamentales: prospección, lanzamiento y realización. Sin embargo, la primera adquiere el calificativo de capital puesto que un error en la elección del producto, las infraestructuras y el personal puede ser fatal. En primer lugar se hace imprescindible crear entre las gentes del lugar un ambiente propicio y de compromiso, fijar claramente los objetivos, explicar los motivos del porqué del proyecto y tener muy claro el tipo de demanda a que se dirige el proyecto. Esta coyuntura obliga a preguntar ¿Por qué un mito turístico?

Existen claras evidencias de que en las tierras del Jiloca turolense hay serias disfuncionalidades en lo que se refiere a cuanto puede significar la actividad turística respecto de la creación de empleo, atracción de pequeñas empresas que con su transversalidad modifiquen el modelo tradicional de desarrollo. Al mismo tiempo se advierten claras deficiencias en las infraestructuras y, sobre todo, es manifiesta la ausencia de una política turística enmarcada en un proyecto con un claro objetivo: que el turismo cultural se convierta en un motor de desarrollo, que impregne a todos los municipios en base a un “nuevo” mito que se convierta en justificación de toda acción y deje de ser un mero festejo local que rememora una tradición sacada de contexto.

En base a estas consideraciones, para las tierras del Jiloca turolense se propone la oferta de un mito literario, admitiendo por mito todo un conjunto de representaciones mentales surgidas de una obra literaria universal, el Poema de Mío Cid, donde se conjuga magistralmente la interacción mito histórico-literario. Una propuesta que tiene muy en cuenta que al turista literario lo que realmente le interesa es como se describen los paisajes, qué ha pasado allí, como son y dónde están, pero sin apartarse del texto que conocen muy bien. Cuando se entra en contacto con el mito el visitante, el turista, queda como captado por el relato pero también por el paisaje real que está pisando y donde va a dar rienda suelta a su imaginación. El mito deja de ser un mero símbolo para convertirse en algo vital a la persona, no puede olvidarse que la función del mito es la de fortalecer la tradición a la vez que la prestigia retrotrayéndola a una realidad que encuentra en el paisaje actual. Pero al mito turístico le ocurre lo que al mito literario que se ve idealizado y ahí radica su fuerza y originalidad. Menéndez Pidal en su artículo “*Poesía e Historia en el Mío Cid. El problema de la épica española*”, publicado en Nueva Revista de Filología Hispánica, refiriéndose a la épica da la clave de lo que le sucede al mito “*Toda poesía épica – todo mito – nace por lo general en cantos coetáneos a los sucesos que conmemora, y la coetaneidad impone una fabulación verista. Después, cuando esos cantos perduran en la tradición, es a costa de ser refundidos por poetas posteriores, los cuales van introduciendo en el texto primitivo nuevas invenciones que los alejan progresivamente del verismo originario; los refundidores, olvidando, desconociendo cada vez más la realidad pretérita, tienden a prescindir de lo recordado como real por el primer autor, y lo sustituyen por invenciones libres, más al gusto del día; es decir, cada refundidor va desechando algo de lo particular histórico, para sustituirlo por lo universal novelesco*”.

El valor del Cid como mito turístico está fuera de toda duda, porque como señala nuestro Profesor Rubio en su trabajo “*Realidad y fantasía en el Poema de Mío Cid*” El Cid real, el Cid histórico ha sido subsumido, desbordado y sublimado por la fantasía e intuición poética, que transforma al Cid vivo y operante en un cid ideal y legendario, expresión y símbolo de una nación y una raza. Este Rodrigo Díaz de Vivar, es el que reclamaba ansiosa y aceptó entusiasmada la Edad Media, y es también el que con pocas variantes, hemos aceptado y recogido hasta nuestros días”. Este Cid convertido en mito que trasciende al territorio y es capaz de generar flujos de

personas se convierte en elemento clave de un proyecto que se plantea la dualidad turismo y desarrollo a partir de la conversión del mito en producto turístico.

2. LA RUTA LITERARIA CAPITAL/IMAGEN DEL PAISAJE

No puede ponerse en duda que el capital/ imagen del espacio rural viene determinado por todo aquello que es permanente, profundo y totalmente enraizado en sí mismo. Disponer de este capital como dinamizador del desarrollo a través del turismo, requiere apostar por un delicado equilibrio entre tradición y modernidad, entre el saber hacer local y las exigencias de un desarrollo sostenible. Un equilibrio que sepa renovar el paisaje al propio tiempo que hacerlo atractivo, pero con la condición de que sea capaz de satisfacer tanto a los turistas como a los propios rurales. Si únicamente se pone la intención de convertir el capital/imagen en mero producto turístico se está produciendo un fraude a la sociedad y una traición al patrimonio cultural, además, la gran oportunidad que supone el turismo cultural se habrá malgastado.

Apostar por el patrimonio cultural inmaterial como instrumento de desarrollo exige asumir que el capital/imagen del territorio debe ser entendido como un texto que permite conocer el contexto en el que se configura, un texto que llevará a conocer el pasado pero también la personalidad del paisaje que vamos a encontrar.

El turista cultural, y su variable el turista literario, tiene como objetivo concreto conocer como se configuran los lugares más que el lugar en sí mismo, pero siempre a través de las páginas del texto en el que se apoya, qué ha pasado, por qué se elige el lugar, seguir la ruta del personaje como lugar de encuentro en hitos que también aparecen en la narración literaria. Teniendo en cuenta esta singularidad en este punto debe plantearse un doble objetivo, por una parte, llevar a cabo un análisis de los elementos que estructuran la imagen del territorio en su conjunto, tal y como aparecen en el texto literario, y, por otra, presentar los lugares que ejercen de símbolo en el texto y que por permanecer en la actualidad utilizamos como capital imagen. En resumen, se recorre la ruta literaria y se marcan los hitos de encuentro, intercambio de productos, ideas y culturas. Un análisis que permite constatar que la ruta literaria del Poema de Mío Cid por las tierras del Jiloca turolense tiene interesantes atractivos económicos y comerciales pero también pedagógicos y culturales y que responden plenamente a las exigencias de un mito para el desarrollo.

2.1. Elementos de la imagen del territorio

En este punto se pretende interpretar la imagen del paisaje cidiano a través de la narración de los hechos que presenta el autor del Poema. Sin duda alguna, se trata de un territorio del que el autor o los juglares conocen directamente o a través de leyendas o personas que lo han visitado y describen con minuciosidad. No faltan estudiosos empeñados en justificar que el autor podría ser aragonés. Se presta atención a una cualidad visual muy particular: “la legibilidad” que hace de las tierras del Jiloca en los actuales límites de la provincia de Teruel. Se considera este territorio no en sí mismo, sino tal y como el autor lo ve, la facilidad con la que reconoce todas y cada una de sus partes y como las organiza. La legibilidad del territorio constituye el elemento fundamental para el visitante que quiere penetrar en él. Estructurar e identificar el territorio se convierte en la tarea básica para transformar el mito histórico-literario en producto turístico. La necesidad de reconocer el medio circundante y la posibilidad de darle una forma revisten tal importancia y arraigan tan profundamente en el pasado, que esta imagen alcanza en el individuo una importancia práctica y afectiva considerable.

Antes de entrar en el análisis de los lugares que configuran el paisaje cidiano, resulta interesante confrontar los hechos relatados con los lugares para profundizar en la trascendencia de las tierras del Jiloca turolense en los lugares que apunta el Poema. Un buen ejemplo puede ser el lugar en el que aconteció la batalla con el Conde de Barcelona. El Profesor Rubio, en su trabajo ya citado, tiene un apasionante capítulo que titula “Discusión de los topónimos” que viene a consolidar un mito de extraordinario atractivo literario, se ambienta en la historia pero que invita a recorrer el territorio. Trata de localizar el lugar donde aconteció la célebre batalla que refiere el poema y constantemente se mueve por tierras del Jiloca y su entorno. Apoyándose en la Primera Crónica General transcribe el siguiente texto “et dexo el poyo desamparado, et fizo una trasnochada et passo en ella Theruel, et fue a posar al pinar de Teuar, et corrió a Saragoça et elrey recibiol muy onrradamente en la villa, et fizol y mucha onrra”. Opina el profesor Rubio que si el Cid se acercó desde el Poyo del Cid, un poco más debajo de Monreal del Campo, a Teruel, lo haría, siendo estos lugares tan escabrosos y montañosos, siguiendo la ribera del Jiloca, de ese modo se aproximaría a Teruel. No menos interesante es el comentario que nos brinda de la Historia Roderici “En tanto Berengue de acuerdo con Alfabig salió de Barcelona con un gran ejército, se dirigió a las tierras de Zaragoza y sentó sus bases en Calamocha”——“De nuevo retornó el conde barcelonés a Calamocha, aquí reunió un gran ejército y se dispuso a combatir al Cid, quien en aquellos momentos se encontraba en las montañas, en un lugar llamado Iber: “cum máximo exercitu peruenit ad Calamoxa. Facta es tibi et congregata multitudo máxima bellantium contra Rodericum”. Concluye el Profesor Rubio: Calamocha se encuentra a veinticinco o treinta kilómetros de la Rambla de Pinar, Povar o Vivel del Río Martín, supuesto lugar para nosotros de los Pinares de Tévar”.

Los elementos del capital/imagen del territorio que va a percibir y practicar el visitante, a partir del uso del texto literario, se concretan del modo siguiente:

-Caminos.- Son las vías por las que el observador circula de manera habitual, ocasional o potencial. Para muchas personas estos son los elementos que predominan en su imagen.

El camino mejor conocido es a lo largo del Río Jiloca, la calzada romana de Sagunto a Bilbilis (Calatayud), la actual Sagunto-Burgos.

“ribera de Salón todo irá a mal

“así será lo de Siloca que es del otra part”

-Fronteras.- Son elementos lineales que no sirven de caminos para el observador, o que este no considera como tales. Son los límites entre los diferentes reinos a los que pertenece el territorio turolense por el que transita El Cid: Valencia, Zaragoza y Albarracín. Además es limítrofe con el Reino de Castilla.

“en Castejón non podriemos fincar

“cerca es el rey Alfonso e buscar nos verná”

“e los de Calatayuth, sabet, pesando va

“Alrey de Valencia enviaron con mensaje

“torcieron a Santa María e vinieron albergar a Fronchales.

-Reinos.- Son fragmentos del territorio más o menos grandes que son concebido como si se extendieran sobre dos dimensiones. El observador penetra en ellos y los reconoce por su fuerte identidad.

Mucho pesa a los de Teca e a los de Terer non plaze
e a los de Calatayuth, sabet, pesando va
Al rey de València enviaron con mensaje
que a uno que dizien mío Çid Roy Días de
Bívar
“ayrólo rey Alfonso, de tierra echado lo ha

Todos los días a mio Çid aguardavan
moros de las fronteras e unas yentes extrañas;
sanó el rey Fáriz, con él se consejavan-

-Nudos.- Son puntos estratégicos del territorio en los que el observador puede penetrar. Es un foco de actividad en torno al cual el observador gravita todas sus acciones.

“Aguijó mio Çid, ivas cabadelante,
y ffincó en un poyo, que es sobre Mont Real
alto es el poyo maravilloso e Grant;
non teme guerra, sabet, a nulla part.
Metió en paria a Daraco enantes,
desí a Molina que es del otra part,
la tercera Teruel, que estava delant
en su mano tenié a Çelfa la del Canal

-Puntos de referencia. – Constituyen un tipo de referencia puntual, pero el observador no penetra en él, son exteriores a él. Su utilización supone la elección de un elemento entre otros muchos posibles. Pueden encontrarse a una distancia tal que en todos los supuestos prácticos simbolicen una dirección constante.

Entonçes se mudó el Çid al puerto de Alucat;
dent corre mio Çid a Huesa e a Mont Alván
en aquesa corrida diez días ovieron a morar
Foron los mandados a todas partes

2.2. El lugar como símbolo

En la lectura del Poema de Mío Cid los lugares se distinguen mucho más fácilmente que el territorio. El héroe entra y sale con suma facilidad de un lugar por razones lógicas de sus

hazañas. Se advierte como los lugares son espacios muy concretos. El autor hace caso omiso a las distancias que los separa con la intención de resaltar la función que les otorga, define al lugar por la contigüidad de los acontecimientos, por el principio de la co-presencia de elementos militares, de recursos básicos para el avituallamiento de las mesnadas, como es el agua, la capacidad defensiva, la proximidad de los reinos con los que entra en contacto y de los que obtiene beneficios. Utiliza el lugar como símbolo pero también como figura retórica del territorio. Hay evocación implícita del territorio por uno de los lugares que lo componen.

En este sentido pueden distinguirse tres categorías de lugares que funcionan como otros tantos símbolos del territorio: el río Jiloca, que cabe interpretarlo como *alegoría del territorio* creado por la imaginación del autor pero que tiene una relación real con el resto de los lugares por los que va a transitar el héroe; *lugar emblemático*, El Poyo del Cid, constituye la manifestación más destacada de la presencia del héroe en tierras del Jiloca y por extensión en el conjunto de las tierras turolenses, en él asienta su campamento con la idea de permanencia y desde ahí lleva a cabo sus correrías; por último los *lugares del agua*, Monreal y Cella, que juegan diferente papel. Monreal es citado como lugar suficientemente conocido por el pueblo en razón a la existencia de los “ojos”, donde el Jiloca desaparece y vuelve a aparecer, lo emplea como punto de referencia para El Poyo. En cambio Cella, nodo estratégico por la presencia de su famosa fuente, resurgencia donde nace el río Jiloca, ejerce el papel de lugar de concentración de tropas de uno y otro bando.

El poema territorializa un espacio perteneciente a tres reinos –Zaragoza. Albarracín y Valencia– a través de la asociación de los lugares, lo que implica que El Cid ejerció sobre todo el Jiloca, tierra fronteriza, una verdadera autoridad, un espacio privilegiado para sus objetivos y con el que mantiene una fuerte relación personal.



•Lugar alegoría del territorio

*dexó el Poyo, todo lo desenparava,
allén de Teruel don Rodrigo passava,
en el pinar de Tévar Roy Díaz posava,
todás essas tierras todás las preava,
a Saragoça metuda l'á en paría*

Lugar emblemático

*Quiérovos dezir del que en buena çinxo espada:
 aquel poyo en el priso posada;
 mientras que sea el pueblo de moros e de layente
 cristiana
 el Poyo de mio Çid así dirán por carta
 Estando allí mucha tierra preava
 el val del río Martín todo lo metió en paría*

**LUGARES DEL AGUA**

*“Otro día mañana
 vinieron a la noch
 Por los de la frontera
 Non los detienen
 Ixieron de Çelfa
 “Quien quiere ir conmigo
 “-todos vengán de grado,
 “tres días le esperaré
 piensan de cabalgar
 a Çelfa posar
 piensan de enviar;
 vienen de todas partes
 la que dicen del Canal
 çercar a Valencia
 ninguno non ha premia,-
 en Canal de Çelfa*

3. CONCLUSIONES

Las estructuras socioeconómicas de las áreas rurales alejadas de las ciudades urbanizantes, donde el fenómeno de la periurbanización ha ejercido una fuerte transformación multifuncional, siguen deteriorándose, como lo pone de manifiesto la percepción de las gentes que todavía viven en sus pueblos convencidos de que no hay soluciones milagrosas. Unos pueblos que poseen un rico patrimonio material e inmaterial susceptible de convertirlo en mito turístico, capaz de atraer visitantes a la vez que población joven bien preparada en el marco de las exigencias de la nueva industria cultural.

La atracción de población sólo es posible si se es capaz de lograr la interacción entre paisaje y mito turístico. Una interacción que si se articulada en torno a los conceptos de paisaje y mito permitirá conocer las posibilidades y oportunidades de éxito. Para ello es preciso analizar dos elementos fundamentales: los elementos de la imagen del territorio y la propuesta del lugar como símbolo. Pero ambos elementos deben contemplarse en el marco literario que sustenta el mito al propio tiempo que se recorre la ruta literaria. Esta combinación se convierte en aval del capital/imagen que se pretende transformar en producto turístico, que consumirán los visitantes y dará satisfacción personal a los residentes. No puede olvidarse que la apuesta por el capital/imagen del territorio, elaborada en base al patrimonio material e inmaterial, como instrumento de desarrollo debe pensar tanto en los anhelos del visitante como en las necesidades, sentimientos y estilo de vida de los anfitriones.

BIBLIOGRAFÍA

- ANÁLISIS LITERARIO: *Literatura y mito*. Analisisliterarioupelipb.blogspot.com.es
- ANDRÉS SARASA, J.L. (1995): “La gente es consumidora de mitos...El mito del Mar Menor”. *Papeles de Geografía*, nº 22, pp. 5-18.
- ANDRÉS SARASA, J.L. (1996): “Desencanto en el medio rural”. *Papeles de Geografía* nº 23-24, pp. 27-32.
- ANDRÉS SARASA, J.L. (2000): “Aportaciones básicas del turismo al desarrollo rural”. *Cuadernos de Turismo*, nº 6, pp. 45-60.
- ANDRÉS SARASA, J.L. (2002): “Apuntes para un modelo de desarrollo rural. El ejemplo de la Comarca del Jiloca” *Xiloca*, nº 30, pp. 157-175.
- ANDRÉS SARASA, J.L. (2002): “El turismo cultural como alternativa de áreas deprimidas: el caso del Noroeste murciano”. En *La función social del patrimonio histórico: el turismo cultural*. Universidad de Castilla-La Mancha. Cuenca, pp. 65-81.
- ANDRÉS SARASA, J.L. (2004): *Imágenes rurales del Jiloca Turolense*. Centro de Estudios del Jiloca. Zaragoza.
- ANDRÉS SARASA, J.L. (2005): “El neopaisaje del Jiloca turolense”. *Xiloca*, nº 33, pp. 11-52.
- ANDRÉS SARASA, J.L. y ESPEJO MARÍN, C. (2006): “Interacción mito religioso/producto turístico en la imagen de la ciudad: Caravaca de la Cruz (Murcia)”. *Cuadernos de Turismo*, nº 18, pp. 7-61.
- COLOQUIO INTERNACIONAL (2012): *Rutas turísticas e itinerarios culturales*. Quebec.
- COMISIÓN EUROPEA (2010): *Europa, primer destino turístico del mundo: un nuevo marco político para el turismo europeo*. Comunicación de la Comisión al Parlamento

- Europeo, al Consejo, al Comité Económico y Social Europeo y al Comité de las Regiones. Bruselas.
- CONACULTA (2003): Patrimonio cultural y turismo. Cuadernos 7.
- CONSEJO DE EUROPA (2000): *Convenio Europeo del Paisaje*. Florencia.
- CONSORCIO CAMINO DEL CID (2009): *El Camino del Cid. El gran itinerario literario de Europa*. Burgos.
- DI MEO, G. y BULEON, D. (2005): *L'espace social. Lecture géographique des sociétés*. Armand Colin. Paris.
- ICOMOS (1999): *La Gestión del Turismo en los sitios con Patrimonio Significativo*. Carta Internacional sobre Turismo Cultural. 12ª Asamblea General en México
- KAYSER, B. (1994): *La cultura, un incentivo para el desarrollo local*. Europa.ei.int.
- MOLANO, O.L. (2006): "La identidad cultural, uno de los detonantes del desarrollo territorial". *Territorios con identidad cultural*. RIMISP.
- OEA (2002): *La Cultura como finalidad de desarrollo*. Documento para expertos en políticas culturales. Vancouver.
- RUBIO GARCIA, L. (1972): *Realidad y fantasía en el Poema de Mio Cid*. Universidad de Murcia.
- UNESCO. Informe Mundial sobre la Cultura (2000-2001): *Diversidad Cultural, conflicto y pluralismo*.
- UNESCO (2003): *Convención para la salvaguardia del Patrimonio Cultural Inmaterial*, Paris.