



Vol 4, Nº 9 (febrero/fevereiro 2011)

## **DELIMITACIÓN CONCEPTUAL Y CONSIDERACIONES EN TORNO AL TURISMO INDUSTRIAL MINERO**

**Ana M<sup>a</sup> Castillo Canalejo<sup>1</sup>**  
**Tomás J. López-Guzmán Guzmán<sup>2</sup>**  
**Genoveva Millán Vázquez de la Torre<sup>3</sup>**  
Universidad de Córdoba

### **RESUMEN**

En los últimos años estamos asistiendo a un cambio en el comportamiento de los turistas, caracterizado por nuevas formas de concebir el tiempo libre, de revalorizar lugares menos masificados y especiales. Esto provoca que la oferta turística esté creando nuevos productos para dar respuesta a los actuales gustos del consumidor, que cuenta con unos mayores niveles culturales y educativos. Dentro de las nuevas modalidades de turismo, se encuentra el turismo industrial minero vinculado a esta actividad extractiva que ha dejado una singular herencia histórica y una identidad cultural propia. En este trabajo delimitamos conceptualmente este tipo de turismo dentro del turismo cultural y analizamos las principales fortalezas y debilidades que conciernen al mismo desarrollando una matriz DAFO.

Palabras clave: turismo, tipología, patrimonio industrial minero, cultura, desarrollo, identidad, comunidad.

---

<sup>1</sup> Departamento de Estadística, Econometría, Investigación Operativa, Organización de Empresas y Economía Aplicada. Facultad de Derecho y Empresariales. Universidad de Córdoba (España). Email:dt1casca@uco.es

<sup>2</sup> Departamento de Estadística, Econometría, Investigación Operativa, Organización de Empresas y Economía Aplicada. Facultad de Derecho y Empresariales. Universidad de Córdoba (España). Email:dt1logut@uco.es

<sup>3</sup> Departamento de Estadística. ETEA, Córdoba. Email:gmillan@etea.com

## **ABSTRACT**

In the last years we are seeing a change in the tourists behaviour, characterized by new thinking about free time, revalue most special places and less crowded. This causes the tourism supply is creating new products to respond the new consumer needs. This consumer have higher educational and cultural levels. Within the new forms of tourism is the mining tourism linked to the mining and quarrying activity which has left a unique historical heritage and cultural identity. In this paper conceptually delineate this type of cultural tourism and analyze the strengths and weaknesses that relate to it developing a SWOT matrix.

Key words: tourism, typology, industrial mining heritage, culture, development, identity, community

## **1. INTRODUCCIÓN**

El tránsito de la sociedad moderna a la sociedad posmoderna está contribuyendo a transformar la demanda turística. Actualmente se percibe en la sociedad una búsqueda de equilibrio entre el hombre y su entorno natural y sociocultural. Este proceso tiene reflejo en el turismo que se encuentra en una etapa de madurez, marcada por el cuestionamiento del modelo tradicional de sol y playa, la aparición de nuevas motivaciones en la demanda turística y la especialización de la oferta turística. Así el turismo se adapta a las nuevas demandas de sus consumidores, cada vez más exigentes en cuanto a la calidad y variedad de los servicios y con una amplia variedad de motivaciones para viajar, entre ellas la búsqueda de la autenticidad que incluya valores éticos, naturales y reales (Yeoman, *et al*, 2007). Este consumidor es cada vez más sofisticado, a la vez que tiene mejores condiciones de vida y niveles educativos. Por otro lado, la mejora de las comunicaciones, tanto en el plano infraestructural como en el tecnológico, ha ampliado las posibilidades de desplazamiento de los ciudadanos.

Todo esto provoca que el turismo sea cada vez más transversal y que tenga un mayor grado de especialización y que, a la vez, el término cultura y patrimonio adquieran cada vez más éxito. De este modo la tipología de las actividades turísticas y los criterios para clasificarlas son cada vez más variados.

En este sentido, el objetivo de este trabajo es doble: en primer lugar, encuadrar y delimitar conceptualmente el turismo industrial minero dentro de la tipología de las actividades turísticas; y en segundo lugar analizar las principales ventajas e inconvenientes en el desarrollo de este tipo de turismo para llegar a una mejor comprensión del mismo a través de una matriz DAFO.

## **2. TIPOLOGÍA DE LAS ACTIVIDADES TURÍSTICAS**

El turismo es, sin duda, uno de los mayores fenómenos sociales y económicos de nuestros tiempos. Sin embargo sigue siendo un término que está sujeto a diversas interpretaciones y con una amplia variedad de definiciones y descripciones propuestas en la literatura científica. Esto refleja tanto la naturaleza multidisciplinar del mismo como la naturaleza abstracta del concepto.

En la actualidad una clasificación de las actividades turísticas que emplean diversos autores (Llurdés i Coit, 1994 y 1995; Fernández Zambón y Guzmán Ramos, 2005; Vargas Sánchez, 2007) es la que distingue entre turismo tradicional de masas, ya sea de playa o de montaña, y un nuevo modelo de turismo que ha recibido la etiqueta de “alternativo” y que se aleja de los rasgos de masificación, homogeneización y de fuerte impacto sobre el paisaje original, propios del turismo de masas. Este modelo de turismo alternativo acentúa el interés por los espacios mejor conservados y por otra clase de atractivos más específicos. Entre sus modalidades podemos citar el ecoturismo, el etnoturismo, el agroturismo, el turismo rural, el de aventura y el turismo cultural o patrimonial (aunque a veces no exista una clara diferencia entre unas y otras modalidades).

En este trabajo nos centramos en la modalidad de turismo cultural o del patrimonio, es decir, aquél que se desarrolla en lugares con historia como principal tema de atracción y que proporciona al turista una experiencia que supone una ampliación de sus conocimientos culturales. Recordemos que el término cultura abarca multiplicidad de manifestaciones, lo que piensan las personas (actitudes, creencias, ideas o valores), lo que hacen (pautas de comportamiento normativo o modos de vida) y lo que fabrican (obras de arte o productos). Si consideramos la cultura de ese modo, el turismo cultural no sólo implica la visita a lugares y monumentos, sino que se amplía también al consumo del modo de vida de aquellas zonas que se visitan (Fernández Zambón y Guzmán Ramos, 2004 y 2005). Dado este amplio abanico de manifestaciones que supone el término cultura se pueden establecer múltiples tipologías de

turismo cultural: de motivación histórico-patrimonial, de motivación étnica (folclórica), religioso, de formación, de acontecimientos singulares (teatro, música, etc.), lúdico-festivo, literario, gastronómico, etnoturismo, de compras o, uno de los que se ha sumado más recientemente a la oferta turística, el turismo industrial.

El turismo industrial, o de patrimonio industrial, es, por tanto, una forma de turismo alternativo que trata de aprovechar el potencial interés cultural que los visitantes puedan tener sobre el patrimonio tangible e intangible del fenómeno de la industrialización. Dentro de este turismo de patrimonio industrial se enmarcaría el turismo industrial minero, vinculado a esta actividad extractiva que ha dejado una singular herencia histórica y una identidad cultural.

TABLA 1

Tipología de las actividades turística

<p>Turismo tradicional de masas</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Playa</li> <li>- Montaña</li> </ul>
<p>Turismo alternativo</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Ecoturismo</li> <li>- Agroturismo</li> <li>- Turismo rural</li> <li>- Turismo de aventura</li> <li>- Turismo cultural o patrimonial : <ul style="list-style-type: none"> <li>- Turismo de motivación histórico-patrimonial</li> <li>- Turismo de motivación étnica (folclórica)</li> <li>- Turismo religioso</li> <li>- Turismo de formación</li> <li>- Turismo de acontecimientos singulares (teatro, música, etc.)</li> <li>- Turismo lúdico festivo</li> <li>- Turismo literario</li> <li>- Turismo gastronómico</li> <li>- Enoturismo</li> <li>- Turismo de compras</li> <li>- Turismo industrial o de patrimonio industrial (Turismo industrial minero; Turismo de mina; Turismo minero)</li> </ul> </li> </ul>

Fuente: Elaboración propia

### 3. APROXIMACIÓN AL CONCEPTO DE TURISMO INDUSTRIAL O TURISMO DE PATRIMONIO INDUSTRIAL

La gestión del patrimonio cultural, orientado casi siempre hacia el turismo, se ha convertido en un instrumento dinamizador de desarrollo local en las zonas donde los sectores tradicionales han entrado en franca fase degenerativa. Dentro del amplio abanico que abre el turismo cultural, hallamos el denominado turismo industrial. Es evidente que éste en la actualidad no es del todo conocido dentro de nuestras fronteras y constituye un campo aún por estudiar, promocionar y explotar, tanto en los ámbitos académico y científico como a nivel práctico. Sin embargo, sí es bastante conocido en otros países como en Gran Bretaña, EE.UU., Francia o Alemania en el cual esta tipología sí goza de una gran popularidad (Cueto Alonso, 2009). Básicamente, su esencia principal consiste en aprovechar el potencial interés que puedan tener las antiguas instalaciones manufactureras y mineras, las colonias industriales, etc., y que han sido abandonadas como consecuencia del declive y desaparición de las actividades económicas tradicionales en algunas comunidades locales, y transformarlo en un atractivo turístico destinado a unos sectores muy específicos de demanda que mostraría un especial interés por las facetas de lo local, lo cultural y lo histórico de unos núcleos anteriormente dependientes de una explotación minera o industrial (Llurdés i Coit, 1994 y 1995). El turismo industrial en concreto se vertebraría en a base a los siguientes puntos (Edwards y Llurdés, 1996; Fernández Zambón y Guzmán Ramos, 2005; Pardo Abad, 2008):

- El desarrollo de industrias turísticas y actividades sobre lugares hechos por el hombre, construcciones y terrenos que tienen su origen en los procesos industriales de épocas anteriores o actuales.
- La realización de visitas a centros industriales (fábricas, talleres, almacenes, minas, etc.) para completar la cultura del turista que busca nuevas experiencias o emociones.
- La inclusión, dentro de este tipo de patrimonio, de los inmuebles (zonas de producción, de vivienda, etc.), de los muebles (maquinaria, archivos, herramientas, etc.) y del tipo de vida de los trabajadores, del *know-how* de los procesos productivos, etc.

En lo referente a las categorías de las actividades vinculadas al turismo industrial Hospers (2002) distingue tres diferentes. A saber:

1. Reliquias industriales en el ámbito de la producción y de los procesos de trabajo, como lugares bajo tierra (minas) o sobre tierra (plantas de trabajo, embarcaderos, etc.). Normalmente son restaurados y convertidos en museos que muestran la historia de los asentamientos industriales. Pueden convertirse en lugares para proyectar filmaciones, conciertos, *catering*, etc. Otras veces se dejan en su estado original con el objetivo de mostrar a los visitantes la estética de la desindustrialización.
2. Atracciones vinculadas al transporte (camino, raíles o conductos de agua). Su objetivo es dar a los visitantes una experiencia de transporte novedosa y nostálgica.
3. Atracciones socio-culturales vinculadas al pasado de una región particular (casas de los trabajadores, por ejemplo).

En el turismo industrial, el paisaje es una variable que juega un papel fundamental como soporte físico de toda la actividad turística. Desde este punto de vista, la inclusión del paisaje en este tipo de turismo puede parecer, a priori, algo paradójico y no justificado, puesto que el atractivo que puedan tener unas antiguas instalaciones mineras no se asocia en principio a la idea generalizada que mucha gente tiene sobre la belleza de un espacio tratándose de unos lugares que, por el tipo de actividades económicas que han acogido en el pasado, se encuentran fuertemente degradados. Es preciso, pues, relativizar los conceptos de belleza y estética y entenderlos desde otras perspectivas a las generalmente concebidas. El paisaje deja de ser algo únicamente visible y bucólico para convertirse en algo para vivirse y experimentar, cargado de elementos sensoriales y de connotaciones de todo tipo (cultural, social, histórico, folclórico, de identidad local, etc.). Por tanto, se trata de un paisaje con una doble dimensión, espacial y temporal, y donde los elementos culturales y locales se imponen progresivamente en la forma de practicar turismo (Llurdés i Coit, 1994 y 1995; Pardo Abad, 2004, Yeoman, *et al*, 2007).

### **3.1. Turismo industrial minero**

Como modalidad del turismo industrial se engloba el caso específico del turismo industrial minero. En el caso de España, y de otros países europeos, el patrimonio minero constituye mucho más que un simple reconocimiento a nuestros antepasados y supone algo más que añoranza y nostalgia, ya que viene a definir lo que ha sido la ubicación y lo que es la

instalación de las distintas culturas que han pasado por estas tierras. En los últimos diez años ha aumentando considerablemente (por parte de la iniciativa tanto privada como pública) el interés por la valorización de este patrimonio minero a través de distintas experiencias con fines turísticos recreativos, lo que se ha traducido en la proliferación de gran número de museos que han tenido gran importancia como fuente de ingresos en áreas deprimidas a causa del fin de la minería como principal actividad económica. Esta tendencia por el fomento o la valorización de la cultura minera tiene carácter internacional, y se ha desarrollado por multitud de países donde prácticamente todos poseen centros turísticos mineros, algunos declarados como Patrimonio de la Humanidad (Carvajal y González, 2005).

Cueto Alonso (2009) considera que el patrimonio minero tiene dos niveles: el correspondiente al espacio productivo propiamente dicho (galerías, castilletes, talleres, infraestructuras de transporte, escombreras, etc.) y el relacionado con el espacio social (economatos, hospitales, barriadas obreras, etc.). Teniendo en cuenta la particularidad de este tipo de turismo, Edwards y Llurdés (1996) hacen la siguiente clasificación de las actividades turísticas vinculadas a las minas y canteras:

- A. Atracciones productivas. Están ligadas a formaciones geológicas inamovibles. Pueden ser en superficie (terrazas, *open pit*, canteras a cielo abierto, etc.) o bajo tierra, ya sean mediante acceso directo desde la superficie hasta el interior, mediante túneles a distintos niveles o minas de pozos profundos con acceso al interior mediante pozos verticales.
- B. Atracciones centradas en los procesos.
- C. Atracciones centradas en el transporte (acueductos, raíles o caminos).
- D. Atracciones socioculturales como:
  - *Artifacts*: elementos de la cultura vinculados a las formas de vida y toda la tecnología relativa al suministro de bienes y servicios.
  - *Sociofacts*: aspectos de las relaciones, vida familiar y organización social.
  - *Mentifacts*: características mentales, psicológicas o actitudinales, incluyendo religión, magia, lenguaje y sistema básico de valores.

En la actualidad existen diferentes formas de organizar el turismo industrial minero:

### *Museos , ecomuseos y centros de interpretación*

La musealización industrial se ha llevado a cabo siguiendo varios modelos diferentes como serían los museos de sitio, los centros de interpretación y los ecomuseos. Los museos de sitio son los más abundantes y están compuestos con colecciones puntuales y concretas. Los centros de interpretación muestran al visitante el funcionamiento o la reproducción de una determinada mina cuya técnica o proceso productivo despiertan un elevado interés, pudiendo normalmente realizarse un recorrido por distintas galerías y detalles de su interior, transmitiendo al visitante la sensación de encontrarse realmente en el interior de una mina. Por su parte en los ecomuseos se destaca y conserva la identidad industrial de una amplia zona, cuyo paisaje y patrimonio se incorporan inseparablemente como elementos básicos del museo. Frente a los museos tradicionales, los ecomuseos son abiertos y polinucleares (Pardo Abad, 2008).

### *Minas*

Por minas o zonas mineras se entiende cualquier excavación que existe en una zona, ya sea subterránea o a cielo abierto, en forma de galería, de zanja, de pozo, etc. para extraer un mineral de su yacimiento. Pueden estar en activo o cerradas y se utilizan como recurso turístico.

### *Parques temáticos geomíneros*

Los parques temáticos geomíneros pueden definirse como áreas situadas en cuencas mineras en las que se protege el patrimonio geológico y minero ubicado en ellas, acondicionándolas para que puedan ser visitadas por el público interesado, con un objetivo lúdico, didáctico o de investigación. También se pueden considerar como tales las reproducciones a escala natural de labores mineras, en su ambiente geológico, o instalaciones asociadas en las que se muestran los procesos mineros o naturales. Hemos de señalar que dentro de los parques temáticos geomíneros no estarían incluidos los museos puramente geológicos, sin conexión con labores de explotación (Armesto Peña, 2002).

### *Rutas industriales*

La ruta turística industrial es un itinerario que permite reconocer y disfrutar de forma organizada del proceso productivo industrial como expresión de la identidad cultural de un territorio. Se componen de un conjunto de fábricas, o construcciones relacionadas con la producción, que se planifican en forma de red dentro de una comarca, provincia, región o país. Estas rutas han de estar debidamente señalizadas para que logren suscitar el merecido

reconocimiento turístico, así como presentar una imagen integral a partir de la complementariedad entre lugares, servicios y atractivos. Según Pardo Abad (2008), y atendiendo a su dimensión territorial, estas rutas pueden clasificarse en tres tipos diferentes: rutas urbanas, rutas comarcales y rutas regionales. Asimismo, también distingue las rutas temáticas que pueden ser de carácter comarcal o regional y tienen la peculiaridad de enlazar emplazamientos relacionados con un mismo sector industrial.

### **3.1.1. Identidad cultural minera**

La actividad minera, a través del tiempo y a lo largo del territorio, condiciona formas de vida en su sentido más amplio. Las características únicas de la industria minera significa que tiene su propio universo cultural basado en una articulación global de rasgos, comportamientos, ideas, artefactos, antagonismos que pueden ser encontrados en muchas áreas mineras alrededor del mundo. Las características más significativas serían las siguientes (Ruiz Ballesteros , 1999):

- El aislamiento económico, social y geográfico. Los territorios mineros siempre dan sensación de rareza y de periferización, debido al capricho geológico.
- La épica minera. En la inmensa mayoría de los pueblos mineros es fácil observar monumentos o plazas al minero, hoy figura romántica, y fiestas en honor a Santa Bárbara (patrona de los mineros) con valor emocional. Estos símbolos y prácticas de la cultura minera expresan una clase de poesía épica basada en el recuerdo permanente de duras condiciones de trabajo y de resignación.
- La población está fundamentalmente desarraigada. Los campamentos, las nuevas aldeas y el crecimiento de los pueblos mineros eran el objeto de un flujo inmigratorio heterogéneo que genera problemas de inserción social. La intensificación de la sociabilidad es el único medio para construir una nueva sociedad y en esto jugaba un papel fundamental los casinos, los bares, las tabernas y las fiestas de los pueblos y aldeas mineros.
- La dependencia y el colonialismo son constantes en la cultura minera. Las empresas aparecen como patronos sin rostro representadas por un conjunto de extranjeros que viven aislados, reproduciendo sus costumbres, pero imponiendo a través de su poder local un modelo de trabajo y también de vida.

Todas estas características de la cultura minera hacen que sea importante buscar alternativas económicas cuando surgen las crisis en las regiones mineras, una vez que las minas son cerradas. En este contexto, el desarrollo del turismo industrial minero se puede entender no sólo como uno de los pilares de alternativa económica y desarrollo social para reemplazar la industria minera desactivada, sino también como un agente activo en el proceso de definir las identidades colectivas diversas que empiezan a desaparecer cuando las minas son cerradas. El fenómeno de recuperación del patrimonio minero representa pues la coordinación entre identidad, comunidad y turismo. La comunidad es construida en torno a símbolos que son convertidos en patrimonio: *open cats*, *pitheads*, paisaje minero, instalaciones industriales, herramientas, rituales, maquinaria, festivales o edificios. Si no hay identidad cultural minera en la comunidad, es decir, si las características y elementos culturales relacionados con la mina no son activados simbólicamente, es bastante improbable crear un turismo industrial minero consistente. Por esta razón según apuntan Ruiz Ballesteros y Hernández Ramírez (2007) y Vargas Sánchez, *et al* (2009) hay que prestar atención a la comunidad y a la percepción y actitudes de la misma hacia este tipo de turismo.

#### **4. CONSIDERACIONES EN TORNO AL DESARROLLO DEL TURISMO INDUSTRIAL: DIFICULTADES Y BENEFICIOS**

El patrimonio industrial comparte muchos de los problemas con los que se enfrenta el patrimonio histórico en su conjunto, pero es necesario destacar que hay algunas cuestiones que le son propias. En este sentido todavía no se percibe plenamente el significado real que el fenómeno industrializador ha tenido en las sociedades que han participado de dicha revolución. En ello influye que este fenómeno es históricamente reciente y existe un carácter temporal de muchas de sus manifestaciones materiales. Únicamente en tiempos recientes se ha iniciado una nueva conciencia sobre la importancia histórica de este patrimonio y se ha intensificado la estrategia de convertir en nuevos productos turísticos a las antiguas muestras de la industrialización.

Para plasmar los principales beneficios y dificultades de este tipo de turismo, hemos desarrollado una matriz DAFO para identificar tanto las oportunidades y amenazas con las que normalmente se encuentran las localidades mineras para revalorizar su patrimonio industrial con fin turístico y las debilidades y fortalezas de este producto turístico en lo que concierne al consumidor (turista).

TABLA 2

Matriz DAFO turismo industrial minero

<b>Puntos fuertes (turista)</b>	<b>Puntos débiles (turista)</b>	<b>Oportunidades (localidades)</b>	<b>Amenazas (localidades)</b>
Elevados niveles de educación	Sigue prevaleciendo el tradicional concepto de belleza	El patrimonio industrial constituye una oferta competitiva y original	Recelo de las entidades públicas y privadas sobre la rentabilidad de la inversión
Interés por aspectos no materiales (signos o sentimientos)	Bajo volumen de visitantes que pernoctan	Reconversión escénica medioambiental	Instalaciones de gran tamaño (costosa reparación y mantenimiento)
Concienciación por conocer el pasado y las raíces culturales		Diversificación de la economía local	Localización de las zonas normalmente fuera de los circuitos turísticos conocidos
Entusiasmo por la variedad y calidad frente a la masificación		Efecto multiplicador (rentas, infraestructuras, etc)	Fuerte cambio cultural para pasar de un enfoque producción a otro consumo
Mayor disponibilidad generalizada del tiempo libre		Actividades de turismo industrial complementarias a la propia industria	Crisis demográfica a la que tienen que hacer frente los antiguos territorios mineros
Inclinación hacia experiencias auténticas (éticas, naturales, reales)			Falta de coordinación e implicación de los entes responsables del proyecto

Fuente: Elaboración propia

Analizando esta matriz podemos resumir que las principales barreras que presenta el desarrollo del turismo industrial minero son las siguientes:

- A. Culturales: como la falta de identidad e implicación de la comunidad con su patrimonio minero y las ideas de que la industria no es un bien cultural, no tiene valores estéticos relevantes. Sigue prevaleciendo el tradicional concepto de belleza. A pesar de los esfuerzos en actividades de marketing señalando la belleza del patrimonio industrial, como parte del patrimonio cultural, es difícil alterar la idea extendida que persiste acerca del turismo y sus destinos (Edwards y Llúrdes, 1996).
- B. Socioeconómicas: la actitud de incertidumbre por parte de las entidades gubernamentales y privadas sobre si estas atracciones tendrán el suficiente interés entre el público para poder rentabilizar la inversión. Las instalaciones son usualmente de gran tamaño lo que hace costoso su reparación, restauración y mantenimiento. Por otra parte la crisis demográfica de estas áreas deprimidas debilita la estructura local, tanto en capital económico como humano (Valenzuela Rubio, *et al*, 2008).
- C. Físicas y medioambientales: relacionadas con la lejanía de algunas instalaciones industriales respecto a las rutas turísticas tradicionales unido a las deficiencias medioambientales asociados a estos espacios naturales que hacen que la degradación general del entorno sea tan marcada que resulte casi imposible transformarlo en un recurso positivo.
- D. Mercado: el mercado al que se destina correspondería a uno de un bajo volumen de visitantes que no pernoctarían, es decir, grupos de excursionistas, familiares y colegios, procedentes de unos lugares relativamente cercanos. Por esta razón habría bajo impacto en el mercado laboral, no sólo en cantidad sino en calidad. A esto hay que unirle la ausencia de una oferta turística de alojamiento y restauración (Castillo Canalejo, *et al*, 2010).
- E. Legales o administrativas: suele existir una falta de coordinación entre los diferentes entes públicos y privados, ya sea porque las competencias sobre las actuaciones que se deben realizar estén poco claras o porque haya conflicto de intereses (Valenzuela Rubio, *et al*, 2008).

Una vez analizadas las principales barreras para el desarrollo del turismo industrial minero proponemos las siguientes recomendaciones:

- ✓ La promoción de acciones de sensibilización, de formación y de implicación de estas comunidades en torno al patrimonio minero y su puesta en valor con fines turísticos recreativos.
- ✓ La configuración del mercado turístico desde una óptica de complementariedad e integración con otras formas de turismo ya existentes o incipientes en el área geográfica (rural, gastronómico, histórico-patrimonial, etc.)
- ✓ La estimulación de la cooperación y la intervención pública y privada para obtener los recursos financieros que permitan obtener las inversiones necesarias.
- ✓ La creación de asociaciones y grupos que trabajen para la conservación del patrimonio, para que se identifique, se revalorice y se lleve a cabo las intervenciones adecuadas para restaurarlo y posteriormente desarrollarlo para el turismo.

## **5. CONCLUSIONES**

El turismo presenta cada vez un mayor grado de especialización. El turismo cultural representa una de las actividades con mayor crecimiento de la demanda global de estos primeros años del siglo XXI, en parte por la evolución de las condiciones y de los modelos del viaje turístico. A la hora de definir el concepto de turismo cultural, existe una amplia gama de actividades desde tradicionales hasta innovadoras, lo que demuestra la complejidad del producto turismo cultura. Una de estas actividades que se ha sumado más recientemente a este tipo de turismo es el turismo industrial que pone en valor los elementos patrimoniales tangibles e intangibles de la Revolución industrial y donde el paisaje típico de estos enclaves industriales juega un papel fundamental como soporte físico de la actividad turística.

Un tipo particular de paisaje industrial lo constituye el paisaje minero. Así, para los entornos mineros que entran en crisis económica y demográfica, el turismo cultural basado en el patrimonio industrial minero puede constituir el medio de recuperación económica y una manera de mantener viva la memoria colectiva. En cualquier caso la idiosincrasia de este tipo de turismo hace que sea un complemento de otros destinos turísticos y que deba contemplarse dentro de un abanico más amplio de actividades turísticas favoreciendo una oferta diversificada. Asimismo para conseguir un turismo industrial minero competitivo hay que contar con los recursos financieros necesarios para acometer las infraestructuras turísticas básicas y, a la vez, reforzar la idea de que la comunidad local tiene que ser parte activa e implicada en el proyecto.

## 6.BIBLIOGRAFÍA

- Armesto Peña, J.L. (2002): *Metodología para la transformación de labores mineras en parques temáticos*. Proyecto fin de carrera. Universidad de Vigo.
- Arwell Edwards, J. y Carles Llurdés i Coit, J. (1996): "Mines and quarries. Industrial Heritage Tourism". *Annals of Tourism Research*, 23 (2), pp. 341-363.
- Carvajal, D. J. y González, A. (2005): "Mining Heritage & Closure Mines". In R.C. Villas and M.L. Barreto (Eds.). *Mine Clousure in Iberoamerica*, (pp.158-169). Cytedd Imac.
- Castillo Canalejo, A.M., López Guzmán Guzmán, T.J., Millán Vázquez de la Torre, G. (2010):"El turismo industrial minero como motor en áreas geográficas en declive", *Estudios y Perspectivas en Turismo*, 19, pp 382-393.
- Cueto Alonso, G.J. (2009): "Reutilización turística del patrimonio minero de Cantabria". *Cuadernos de Turismo*, 23, pp. 69-87.
- Fernández Zambón, G. y Guzmán Ramos, A. (2004): "El patrimonio industrial-minero como recurso turístico cultural: El caso de un pueblo-fábrica en Argentina". *Pasos Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 2 (1), pp. 101-109.
- Fernández Zambón, G. y Guzmán Ramos, A. (2005): "Patrimonio Industrial y rutas turísticas culturales: algunas propuestas para Argentina". *Cuadernos de Turismo*, 15, pp. 97-112.
- Hospers, G. (2002): "Industrial Heritage Tourism and Regional Restructuring in the European Union". *European Planning Studies*, 10 (3), pp. 397-404.
- Llurdés i Coit, J. (1994): "El Turismo industrial y la estética de los paisajes en declive". *Estudios turísticos*, 121, pp. 91-107.

- Llurdés i Coit, J. (1995): *El Turismo de Patrimonio Industrial y Minero. Una experiencia de turismo interior inexplorada en el estado español*. Departamento de Geografía. Universidad Autónoma de Barcelona.
- Pardo Abad, C. J. (2004): “La reutilización del patrimonio industrial como recurso turístico. Aproximación geográfica al turismo industrial”. *Treball de la Societat Catalana de Geografia*, 57, pp. 7-32.
- Pardo Abad, C. J. (2008): *Turismo y patrimonio industrial. Un análisis desde la perspectiva territorial*. Editorial Síntesis, Madrid.
- Ruiz Ballesteros, E (1999): “Cultura Minera en Andalucía”. *Demófilo. Revista de cultura tradicional de Andalucía*, 32, pp. 9-36.
- Ruiz Ballesteros , E. y Hernández Ramírez, M. (2007): “Identity and Community-Reflections on the development of mining heritage tourism in Southern Spain”. *Tourism Management*, 28, pp. 677-687
- Valenzuela Rubio, M.; Palacios García, A.; Hidalgo Giralt, C. (2008): “La valorización turística del patrimonio en entornos rurales desfavorecidos. Actores y experiencias”. *Cuadernos de Turismo* 22, pp. 231-260.
- Vargas Sánchez, A. (2007): *Turismo industrial en la provincia de Huelva: Presente y Futuro*. Cátedra Cepsa, Universidad de Huelva, Huelva.
- Vargas Sánchez, A.; Plaza-Mejía M.; Porrás-Bueno, N. (2009): “Understanding Residents’ Attitudes Toward the Development of Industrial Tourism in a former Mining Community”. *Journal of Travel Research* 47, pp.373-387.
- Yeoman, I., Brass, D. and McMahon-Beattie, U. (2007): “Current issue in tourism: the authentic tourist”, *Tourism Management*, 28, pp.1128-1138.