

EL TRANSPORTE COMO PRODUCTO TURÍSTICO EN GALICIA: UN ANÁLISIS DE LA OFERTA ACTUAL

VALERIA PAÜL CARRIL / MIGUEL PAZOS OTÓN¹
Universidad de Santiago de Compostela

Recibido: 27 de octubre de 2009

Aceptado: 6 de noviembre de 2009

Resumen: Este artículo analiza aquellos transportes que en Galicia se han convertido en una atracción turística por sí misma y, por lo tanto, en productos turísticos. En primer lugar, se delimita teóricamente la diferenciación entre transporte «como» turismo y transporte «para» el turismo. Esto se hace a través de una revisión de la literatura geográfica generada sobre la cuestión y de una mención de varias experiencias internacionales de referencia. A continuación son estudiadas las experiencias concretas en Galicia mediante una clasificación por modos de transporte. En ella se intenta recoger la totalidad de las prácticas existentes en la actualidad, realizadas en el pasado e incluso previstas en esta dirección. Este estudio se complementa con el análisis de caso de tres organizaciones que ofrecen productos de transporte como turismo y que consideramos representativas de la heterogeneidad presente en Galicia. En las conclusiones se interpretan los resultados alcanzados, se valoran los efectos de los productos estudiados en los destinos y se hacen propuestas concretas de futuro.

Palabras clave: Transporte para el turismo / Transporte como turismo / Productos turísticos / Destinos turísticos / Geografía del turismo / Geografía de los transportes / Galicia.

TRANSPORT AS TOURIST PRODUCT IN GALICIA: A CURRENT OFFER ANALYSIS

Abstract: This paper examines those transports that in Galicia have become a tourist attraction in their own right and, consequently, tourist products. Firstly, a theoretical framework is established in order to distinguish between transport as tourism and transport for tourism. This is carried out by means of a revision of the geographical literature developed on the topic as well as by means of a mention of several international referential experiences. Next, specific Galician experiences are studied through a classification by transport modes. In this classification all the practices are intended to gather: those that currently exist, as well as those carried out in the past, and even those that are forecasted. This study is complemented with case analysis of three organisations that offer transport as tourism products. These three organisations are considered representative of the existing heterogeneity of practices in Galicia. In the concluding section, the achieved results are discussed, the studied products effects on destinations are assessed and specific future proposals are elaborated.

Keywords: Transport for tourism / Transport as tourism / Tourist products / Tourism destinations / Tourism geography / Transport geography / Galicia.

1. INTRODUCCIÓN

A pesar de que la investigación sobre turismo en Galicia está ganando profundidad analítica y que cada vez son menos los campos turísticos que se resisten a ser

¹ Los autores quieren agradecer la colaboración de todas aquellas personas de empresas e instituciones que por teléfono o *in situ* los han atendido y les han facilitado datos diversos de los productos turísticos revisados, sobre todo de las tres organizaciones particulares analizadas. Mención expresa merecen, por subministrar contactos e informaciones varias, Lanzada Calatayud (Cursos Internacionales USC), Emilio Cufñas (Ayuntamiento de Ribadavia y Turismo de Ourense SA) y Alexandra Seara (Consortio de Turismo de la Ribeira Sacra). También agradecen a Fidel Martínez Roget la oportunidad y la comprensión.

abordados, aún existen ámbitos específicos que han recibido escasa atención. Entre ellos en este momento queremos destacar el transporte como atracción turística. Nos estamos refiriendo a cuando un medio de transporte se convierte en un producto comercializado que la demanda turística decide consumir porque se ve atraída por la experiencia del transporte en sí misma, y por esa razón opta por dedicarle su tiempo de ocio. Nuestro propósito es acercarnos a este aspecto en Galicia, con el objetivo de llenar un vacío que creemos que es notable. Fuera de nuestras fronteras no han pasado desapercibidos elementos de este tipo, como el caso de los buses particulares: en Londres (de doble piso) o en algunas ciudades de Latinoamérica, por la estética, por los arreglos o por la antigüedad y estado de conservación. Sobre todos ellos existen de hecho trabajos monográficos. En cambio, en Galicia este tipo de recursos y/o productos no han sido estudiados.

Desde los estudios turísticos realizados en Galicia, el transporte es tratado en la mayor parte de las ocasiones de forma pasiva, esto es, tan sólo como el componente esencial de la accesibilidad de turistas –véanse, por ejemplo, Díaz Fernández (2000) o Patiño (2004)–. He aquí los debates actuales sobre los aeropuertos gallegos, o sobre el tren de alta velocidad, por cierto no siempre formulados en los términos apropiados ni respondiendo a los aspectos más relevantes desde un punto de vista investigador (Pazos, 2009). Sea como fuere, esta aproximación pasiva a los transportes desde el campo del turismo es la dominante en la agenda académica, e incluso en la política y en los medios. Sin embargo, se suele omitir el estudio del transporte como atracción turística por sí misma, y en Galicia esto implica no referirse a numerosas experiencias concretas a lo largo del país que generan un gran atractivo para los turistas. Estudiarlas nos permitirá aproximarnos a sus características intrínsecas, también a las bases de su éxito, y, por lo tanto, a comprender mejor de qué manera contribuyen al turismo gallego y en qué medida existe campo para recorrer aún en esta dirección, sin olvidar la detección de las carencias que cabe también efectuar.

Metodológicamente, hemos basado el trabajo en una revisión de antecedentes internacionales, tanto en revistas especializadas como en manuales académicos en geografía del turismo y del transporte, que hemos sintetizado en el primero apartado. El resto de apartados ha surgido de una investigación tanto sobre organismos públicos como privados, que se ha completado con numerosas llamadas telefónicas y visitas a las organizaciones de las que se juzgó que se podía obtener información relevante y con cuyos datos suministrados hemos elaborado, por ejemplo, la cartografía temática. Por su parte, los análisis de caso han consistido en estudios concretos en los que, mediante la técnica de la “bola de nieve”, hemos conseguido llegar a tres organizaciones que nos parecieron interesantes a los efectos de esta investigación. En los tres casos nos facilitaron amablemente datos concretos de demanda que posibilitan juzgar el consumo de los productos ofrecidos.

Después de determinar en esta introducción el objeto de estudio, efectuamos en el primero punto unas consideraciones de tipo teórico que parten de la perspectiva

geográfica y que incluyen varios ejemplos de referencia. De la revisión teórica surge tanto la delimitación del fenómeno que se va a estudiar –referir cuándo el transporte se convierte en un producto turístico– como el sentido del análisis que se va a efectuar. En el tercer punto formulamos una aproximación general a la cuestión en Galicia mediante una exposición razonada del listado de prácticas turísticas que se pueden adscribir a las condiciones fijadas en el marco teórico. Destaca en esta exposición la confección de tres mapas temáticos que permiten situar en el espacio las prácticas que analizamos mediante tres grandes grupos que nos parecen significativos a nuestros efectos: los catamaranes, los trenes y los barcos marineros. A continuación, en el cuarto apartado, profundizamos mediante el análisis de caso en tres organizaciones que consideramos representativas de la oferta de transportes como producto turístico: el Museo del Ferrocarril de Galicia, una empresa de catamaranes en el río Sil y otra de cruceros en la ría de Arousa. Se exponen las características principales de cada uno de los productos ofrecidos, que se han escogido como muestra de la diversidad de prácticas existentes en este campo en Galicia. Cerramos nuestra contribución con unas conclusiones en las que sistematizamos las aportaciones obtenidas y, en último lugar, ofrecemos opciones de futuro.

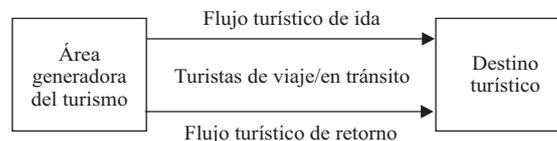
2. ALREDEDOR DE LA INTERFAZ TURISMO-TRANSPORTE DESDE UNA PERSPECTIVA GEOGRÁFICA

Como es sabido, la geografía se encarga del estudio del territorio. En la búsqueda de conocimientos sobre lo que sucede en la superficie terrestre, se han generado ramas geográficas para cada elemento o fenómeno con manifestación espacial. En este contexto, han aparecido la geografía del transporte y la del turismo. Ambas han generado sus propios lenguajes, sus respectivas teorías y metodologías, y sus respectivos campos de acción, sin en muchas ocasiones interactuar entre ellas (Page, 1994; Hall, 1999). Sin embargo, la importancia que para el turismo tiene el transporte –y al revés– ha implicado que la interfaz turismo-transporte recibiera una progresiva atención desde la geografía. Dado que nuestra contribución se sitúa en esta interfaz, es necesario revisar de qué forma se ha teorizado sobre el tema. De entrada, Page (1994, p. 23) detectó que, en general, la principal aproximación a los transportes turísticos es el uso de los conceptos de la geografía de los transportes por parte de la del turismo y no en el sentido inverso, algo que, como veremos, tiene implicaciones notables.

La geografía del turismo tradicionalmente ha entendido los transportes de modo pasivo, como objeto inexcusable de análisis porque representa el camino mediante el cual los turistas llegan a un destino. Y, dado que el turismo implica desplazamiento en el espacio –según la definición consagrada de la Organización Mundial del Turismo (WTO, 1991), el turismo por definición se realiza en el entorno no habitual del turista y, por lo tanto, se debe producir un movimiento en el espacio–, la geografía del turismo ha analizado el transporte teniendo en cuenta dos cuestio-

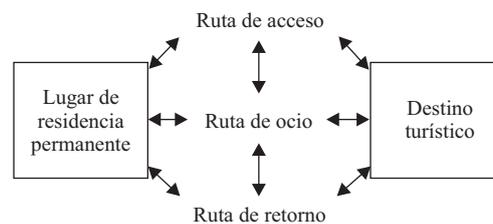
nes: por un lado, cuáles son los medios preferidos de transporte para el ocio –con sus respectivas participaciones en el reparto modal– y, por el otro, cuáles son las nuevas tendencias en este campo (Williams, 1998). Desde la perspectiva del turismo, Page (1994) formuló una monografía sobre transportes en la que estudiaba los medios de desplazamiento del turista, tanto de ida como de vuelta, con un modelo específico a tal efecto (figura 1). En este modelo falta un matiz, que luego una aportación posterior del propio Page (1998) introdujo, que es el uso de los transportes que el turista puede hacer en el propio destino, en ocasiones –y aquí encontramos ya nuestra perspectiva– específicamente como forma de ocio (figura 2).

Figura 1.- Sistema turismo-transportes



FUENTE: Page (1994, p. 5)².

Figura 2.- Modelo de Mariot de flujos turísticos entre dos lugares



FUENTE: Page (1998, p. 223).

En la bibliografía española este tipo de aproximaciones a los transportes turísticos se han producido de forma parecida. Así, en un libro monográfico de turismo y transporte, Blasco (2001) revisó la historia del turismo, por un lado, y la de los transportes, por el otro, para luego detenerse en los factores que motivan la elección de un determinado modo de transporte por parte del turista; después analizó cada uno de los modos y de qué manera son aprovechados por parte del turismo. Introdujo un par de capítulos que van más allá de la mera consideración de los transportes como elemento al servicio del turismo, en los que se insinúa de qué modo el propio transporte puede convertirse en un atractivo turístico, igual que en el modelo de Mariot trabajado por Page (1998). Entre líneas, se deduce que determinados desplazamientos en el destino se producen por el placer de emplear un

² Todas las figuras y también las citas están traducidas a la lengua castellana, traducciones que son siempre nuestras.

modo de transporte. Blasco (2001) escogió en este sentido los trenes turísticos y los cruceros como ejemplos de transporte devenido en turismo. No obstante, este autor no analiza de qué modo el material rodante o los barcos se convierten en un atractivo turístico en sí mismo. Blasco (2001) argumentó que la principal característica de los trenes turísticos es “*realizar un recorrido que permite ver superficialmente muchos lugares*” (p. 101). Aunque evidentemente esto es así, falta conocer hasta qué punto el propio medio de transporte es un objeto de consumo turístico y no sólo el discurrir por distintos paisajes. Tal y como había señalado Page (1994, p. 23), desde la literatura turística parece analizarse el transporte sólo con el lenguaje de la geografía de los transportes y no con la propia de la geografía del turismo.

Una perspectiva parecida a la de Blasco (2001) fue desarrollada en la bibliografía portuguesa por Palhares (2002), que circunscribió la interfaz transporte-turismo a entender el transporte como mecanismo al servicio del desplazamiento de turistas. Sin embargo, este autor, como Blasco (2001), trató ya determinados casos en los que el transporte deviene en un atractivo turístico, a pesar de no profundizar en ellos. Así, por ejemplo, por lo que respecta a los trenes, afirmó que “*el transporte ferroviario exclusivamente destinado al segmento turístico despierta cada vez más interés, principalmente aquel dedicado a los viajes escénicos, como los trenes panorámicos, y los viajes nostálgicos efectuados en antiguas locomotoras a vapor*” (Palhares, 2002, p. 285).

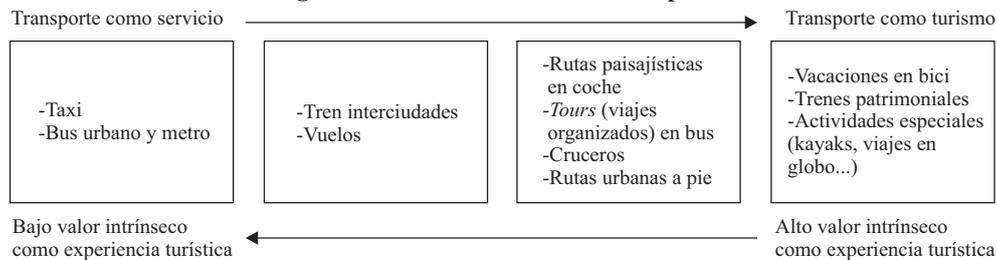
Un paso conceptual adelante en la investigación de la interfaz turismo-transporte lo representa la aproximación del propio Page una década después de su primera contribución. Entonces, este autor habló de una “nueva aproximación” (Page, 2005), fundamental a nuestros efectos, en la que se distinguen dos posibilidades (figura 3):

- Por un lado, se da el transporte *para* el turismo, como mecanismo utilitario que permite transportar el turismo. La satisfacción está relacionada con el coste y con la velocidad de viaje, y el modo de transporte no posee un valor intrínseco por sí mismo.
- Por el otro, se produce el transporte *como* turismo, donde el transporte permite un desplazamiento y, a la vez, es la base de una experiencia turística. Aquí no son igual de determinantes ni el coste ni la velocidad.

Por lo tanto, Page (2005) va más allá de su contribución del año 1994 y profundiza en la idea de que el transporte puede ser en sí mismo un atractivo turístico. El marco analítico de Page (2005) fija un continuo con dos polos que se acercan mediante escalones intermedios (figura 3). Sin embargo, y más allá de esta teorización, la contribución de Page (2005) queda, a nuestro juicio, incompleta, porque se centra en el estudio del transporte *para* el turismo, descartando una consideración detallada del transporte *como* turismo. De este modo, la nueva conceptualización se traduce en una mera mención, pero no se desarrolla, y sólo se insiste en los motivos tradicionales, aunque actualizados mediante una nueva agenda: transporte

sostenible, el papel conseguido por internet en este campo, aspectos ambientales, etc.

Figura 3.- El continuo turismo-transportes



FUENTE: Page (2005, p. 22).

Este esquema de la figura 3 ha sido reproducido en manuales posteriores de turismo, en los que siempre se tiende a dar un tratamiento mucho más dilatado del transporte *para* el turismo que del transporte *como* turismo. Por ejemplo, en el manual de Page y Connell (2006, p. 153) se facilita el modelo teórico y se habla de los dos polos, pero luego todas las consideraciones se centran en el transporte *para* el turismo. En este manual sólo unas explicaciones puntuales de los productos de barcos de canales y ríos en aguas interiores de Francia o de Inglaterra (p. 163) se podrían considerar análisis de transporte *como* turismo. Otro ejemplo de manual que cita de paso el transporte *como* turismo es el de Cooper *et al.* (2008). Estos autores reconocen que “*el transporte puede ser la misma atracción o actividad turística*” pero, en la medida en que eso sólo sucede “*en una minoría de ocasiones*” (p. 405), no se desarrolla esta casuística más allá de listar ejemplos. No obstante, Cooper *et al.* (2008, p. 407) señalaron que este segmento está en expansión.

En la línea de la nueva agenda de la interfaz transportes-turismo sistematizada por Page (2005), la mayor parte de las nuevas aportaciones en geografía del turismo hacen hincapié en el transporte como uno de los principales elementos contaminantes y con mayor impacto ambiental del sistema turístico. En este sentido, las investigaciones recientes sobre turismo y cambio climático le dan gran relevancia a la cuestión de los transportes como causantes mayúsculos de las afecciones al clima por culpa del turismo (Becken y Hay, 2007). Hasta hace poco se consideraba que, aunque se habían hecho muchos esfuerzos académicos para ver cómo reducir los efectos ambientales del transporte en general, se había puesto escaso énfasis en el transporte turístico en particular (Lawson, 2001). No obstante, la investigación reciente está llenando este vacío y actualmente hay una numerosa literatura sobre transportes turísticos y cambio climático. Un estudio de caso específico recién publicado se puede incluir en este tipo de avances: analiza como el *Hadrian's Wall* –una de las principales atracciones turísticas del norte de Inglaterra– puede tender a una movilidad más sostenible mediante un uso eficiente de los distintos sistemas de transporte (Guiver *et al.*, 2008). Otro estudio en una dirección parecida

es el de Schiefelbusch *et al.* (2007), en el que se evalúa un método de cálculo del potencial de reducción de la huella ecológica que comportaría una planificación sostenible de los viajes turísticos en Alemania.

También en lo que se refiere al estudio de la interfaz transporte-turismo se han producido en los últimos años una serie de interpretaciones críticas sobre el rol que desempeñan los transportes para el turismo, en las que se subraya que la “*turistificación*” del territorio puede implicar que, poco a poco, los transportes se pongan al servicio del turismo y no de los residentes (Hall, 1999; Dickinson y Robbins, 2008). Se defiende así que en los espacios en los que se produce turismo se da una competición entre grupos sociales (turistas, por un lado, y no turistas, por otro) por los recursos escasos de transporte (servicios o infraestructuras). Se trata de un enfoque propio de la geografía social de enorme interés para el asunto que nos ocupa y que añade nuevos matices a la interfaz que estamos revisando.

En planificación de destinos turísticos –una de las aplicaciones habituales de la geografía del turismo–, el entendimiento de la interfaz turismo-transportes es muy parecido a lo que venimos exponiendo hasta ahora. Así, el manual de referencia de Gunn entiende el transporte como un elemento imprescindible para el éxito del destino (Gunn y Var, 2002, p. 52), esto es, un medio que permite la llegada de turistas de manera pasiva. No obstante, como en algunas de las anteriores referencias que manejamos, Gunn y Var (2002) subrayan determinados elementos de destinos (carreteras con un alto valor paisajístico, trenes turísticos, etc.) que son atractivos turísticos en sí mismos. Lo interesante en la aportación de Gunn y Var (2002) es la discusión sobre en qué medida este tipo de elementos se pueden clasificar o no como atractivos. A pesar de que se trata de una cuestión desarrollada de manera secundaria, tiene un alto interés en nuestro caso. Veamos, por ejemplo, lo que se dice en lo que se refiere a las carreteras con alto valor paisajístico (*scenic highways*): “*A pesar de que podría darse un consenso sobre qué es una carretera escénica, definirla con el objetivo de planificarla, construirla o protegerla constituye un asunto muy complejo. Por lo general se acepta el principio de que dicha carretera engloba tanto el paisaje que se ve como propiamente la infraestructura viaria. Sin embargo, no hay una definición aceptada de estándares de diseño [...]. Cada caso requerirá su propia definición y estándares*” (Gunn y Var, 2002, p. 256).

En este sentido, es evidente que no están claras cuáles son las condiciones que permiten que un determinado transporte se convierta en un producto turístico. Por lo tanto, parece evidente que en la interfaz turismo-transporte existe un defecto bastante sustancial en el entendimiento de cómo el transporte puede devenir en un atractivo turístico. Volviendo a la idea inicial de Page (1994, p. 23), la geografía del turismo tomó la aproximación de la geografía de los transportes para afrontar esta interfaz, pero fue incapaz de aplicar sus conceptos y métodos –creación y comercialización de productos, comportamientos de la demanda, etc.– en el análisis de los productos de transporte como turismo.

Así pues, y más allá de todas estas direcciones investigadoras que acabamos de revisar, pensamos que únicamente se produce un estudio real del transporte *como* turismo cuando se utilizan la teoría y las técnicas propias de la geografía del turismo. Esto sólo sucede en determinados trabajos concretos que se dedican específicamente a la cuestión. Destaca en esta dirección Robbins (2003), quien determina que los productos de transporte como turismo son reducibles a tres categorías, que caracterizamos con ejemplos suyos y nuestros:

- En museos y parques temáticos sobre el transporte, muchos de los cuales, más allá de las exposiciones de vehículos (originales o réplicas), ofrecen la posibilidad de hacer recorridos con medios de transporte históricos como, por ejemplo, máquinas de tren de vapor. Robbins (2003, p. 90) ofreció unos datos interesantes: para el año 2000 y en el Reino Unido, el museo nacional marítimo de Greenwich recibió más de 600.000 visitantes y el de los trenes en York, 430.000. Otros importantes museos ferroviarios del mundo son el de Mulhouse (Francia), Nürnberg (Alemania), Vilanova i la Geltrú (Cataluña) o Adelaide (Australia).
- Cuando el vehículo se convierte en parte de la atracción turística de un determinado destino y en un icono percibido como tal por el turista. Sería el caso, por poner dos ejemplos del mismo Robbins (2003, p. 91), del bus de dos plantas y de los taxis negros de Londres o del taxi amarillo en Nueva York. Según este autor, no hay evidencias de que los turistas empleen más estos medios como actividad de ocio, ni de que pierdan su funcionalidad para la población local. No obstante, aportan evidente valor al turismo en los respectivos destinos. Creemos que los *eléctricos* y *elevadores* de Lisboa también se podrían inscribir en esta segunda categoría analítica.
- El tercer grupo se aplica cuando “*el viaje se lleva a cabo fundamentalmente por él mismo y el placer derivado de montar en el vehículo es la principal motivación del turista*” (p. 92). Es el caso de barcos que hacen pequeños viajes, tanto en aguas dulces como en saladas. El autor puso el ejemplo del *Lake District* en Inglaterra. A su vez, en Barcelona las conocidas como *orenetes* (golondrinas) hacen un popular viaje entre los muelles del puerto viejo. Otro ejemplo son los trenes de carbón que, según Robbins (2003), generan cinco millones de visitantes anuales en el Reino Unido y que desempeñan un papel importante en determinados destinos. El autor también cita los buses de dos plantas con la superior descubierta. Otro caso que aparece en otras obras mencionadas (Blasco, 2001; Palhares, 2002), claramente asimilable a este tercer grupo, son los trenes-hotel de largo recorrido que se ofrecen como turísticos. Es el caso, por citar algunos de los más conocidos, del *Orient Express* en Europa, del *Blue Train* en Sudáfrica, del *Transiberiano*, del *Transcanadiense* o del *Indian Pacific* australiano; los dos primeros son unos reputados productos turísticos de lujo, mientras que los dos últimos son plenamente turísticos pero poseen un amplio rango de tarifas; en los ejemplos canadiense y ruso hay un uso parcial del servicio por parte de no turistas.

Más allá de esta revisión, cabe decir que el tema de los cruceros ha generado una literatura internacional propia, en la que se pone de manifiesto hasta qué puntos estos productos son deudores, no tanto de los puertos visitados –o de los mares transitados– como de los servicios ofrecidos dentro del propio barco (Blasco, 2001; Palhares, 2002; Dowling, 2006; Lück, 2007). La popularización del turismo de cruceros ha llegado al extremo de sostenerse ahora su “mcdonalización” (Weaver, 2005). Excepto mencionar la importancia conseguida por los cruceros en la literatura científica, no queremos profundizar en esta cuestión, dado que no forma parte de nuestro objeto de estudio.

3. LOS TRANSPORTES COMO PRODUCTO TURÍSTICO EN GALICIA. UNA PERSPECTIVA GENERAL

Partiendo del modelo de Page (2005) aportado en la figura 3 y de la categorización de productos de Robbins (2003), apuntamos en el cuadro 1 una propuesta de sistematización de los transportes ofrecidos en Galicia *como* productos turísticos. En este tercer apartado revisamos los productos listados en el cuadro 1, ofreciendo los principales lugares del país en los que se realizan. Los productos son agrupados mediante una clasificación modal convencional como las que se suelen emplear en geografía de los transportes.

Cuadro 1.- Propuesta de sistematización de productos turísticos de transporte en Galicia

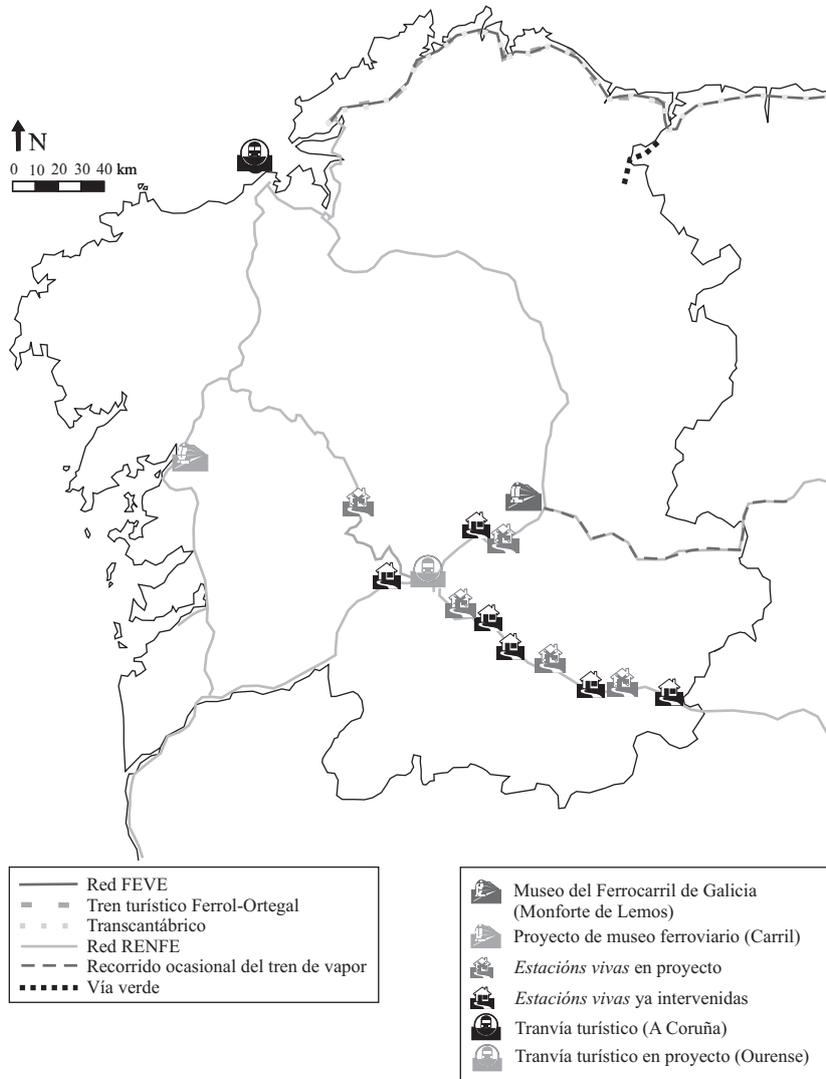
TRANSPORTE FERROVIARIO		TRANSPORTE MARÍTIMO	
<ul style="list-style-type: none"> - Tren turístico de corto recorrido - Tren turístico de lujo de largo recorrido - Tren de vapor - Vía verde - Tranvía turístico - Museo del ferrocarril 		<ul style="list-style-type: none"> - Barco - Lancha - Catamarán - Embarcaciones deportivas especiales (kayaks, remo, etc.) - Museo marítimo 	
TRANSPORTE VIARIO	TRANSPORTE AÉREO	TRANSPORTE FLUVIAL	
<ul style="list-style-type: none"> - Autobús turístico - Trencito turístico 	<ul style="list-style-type: none"> - Helicóptero turístico - Planadores ligeros (parapente, ala delta, etc.) 	<ul style="list-style-type: none"> - Catamarán - Embarcaciones deportivas especiales (kayaks, <i>rafting</i>, etc.) 	

FUENTE: Elaboración propia.

3.1. TRANSPORTE FERROVIARIO

La red ferroviaria gallega está dividida en dos operadoras: la de vía estrecha (gestionada por FEVE) y la de vía ancha española (en manos de RENFE-Operadora). Mientras que la primera se concentra en el recorrido septentrional Ferrol-Ribadeo, la segunda controla el resto de la red (mapa 1). Esta división tiene una importancia de primer orden a nuestros efectos, en la medida en que FEVE ha incentivado o ha acogido una serie de productos turísticos en su red, mientras que RENFE no ha generado ni ha cobijado prácticamente nada en este sentido.

Mapa 1.- Cartografía del transporte ferroviario como producto turístico



FUENTE: Elaboración propia.

En la línea FEVE coexisten dos productos turísticos (mapa 1). Por un lado, el *Transcantábrico* o convoy turístico de lujo de largo recorrido que conecta Ferrol con otras ciudades de la cornisa cantábrica y León, que fue inaugurado en el año 1983, producto que se puede considerar un verdadero hotel rodante. Por el otro, el tren turístico Ferrol-Ortegal, que une Ferrol con Ortigueira y también Ribadeo con Ferrol, con paradas intermedias. El tren turístico permite desde el año 2007 y du-

rante los meses de verano (julio y agosto) disfrutar de un paquete turístico de un día o de fin de semana, que incluye los viajes en tren y también la visita guiada y comer (con alojamiento en el caso del paquete de fin de semana) en la comarca de Ortegal (Cariño, Santo André de Teixido, Cedeira, etc.) y en la ciudad de Ferrol; en los desplazamientos por Ortegal y Ferrol el paquete incluye el autobús.

En la red RENFE no existen productos comparables a los de FEVE. Alrededor del núcleo de Monforte de Lemos, y sobre todo por el impulso de la Fundación de los Ferrocarriles, se ha generado el Museo del Ferrocarril de Galicia, que aprovecha antiguas instalaciones abandonadas de RENFE. Tendremos ocasión de referirnos a él en el punto 4.1. Desde el núcleo monfortino salen a veces, y sin periodicidad fija, locomotoras de vapor restauradas en los talleres del Museo en dirección a Ponferrada, en especial el tren conocido como *Galaico Expreso*, pero son circulaciones esporádicas que no permiten hablar de verdaderos productos turísticos diseñados como tales. También en la red RENFE se puede mencionar la iniciativa *Estaciones vivas, espazos vivos* que, financiada por la Deputación de Ourense y con fondos INTERREG, afecta sobre todo a la línea Ourense-Zamora (mapa 1), y mediante la cual se ha restaurado –o se piensa restaurar– un total de doce estaciones (seis en una primera fase) abandonadas que, siendo propiedad de ADIF, fueron cedidas a la Deputación. La iniciativa –en marcha desde el año 2003– consiste en convertir para el uso turístico estas estaciones, aunque no siempre el uso está definido (Paül, 2009). Se ha estudiado la posibilidad de que circule un tren turístico que articule estas estaciones, e incluso la de cerrar la línea una vez se abra el tren de alta velocidad y convertirla en una vía verde³, pero son eventualidades no concretadas. También vinculado a la red RENFE estaría el museo del tren previsto en el apeadero de Carril (en O Salnés), lugar muy importante en la historia del ferrocarril gallego, pues era el punto de origen-final de la primera línea ferroviaria del país (Santiago-Carril).

Una experiencia singular es el tranvía turístico de A Coruña. En la década de 1990 se ideó la reimplantación del tranvía eléctrico en la ciudad herculina con finalidades turísticas, proyecto vinculado a la reforma del frente marítimo de la ciudad y llevado a cabo en solitario por el Ayuntamiento coruñés. En el año 1997 se inauguró la línea de tranvía, que en la actualidad recorre doce kilómetros distribuidos entre la Porta Real y la rotonda de As Escravas (originalmente había unido sólo el Castelo de Santo Antón con la Torre de Hércules), de modo que tiene una ruta totalmente litoral que envuelve la península y el istmo de la ciudad. Los tranvías circulan desde el mediodía hasta el atardecer con frecuencias de entre veinte minutos y media hora, dependiendo de la época del año. La flota es de cuatro unidades de época, lo que refuerza una estética claramente al servicio de la funcionalidad turística de la infraestructura.

³ Una vía verde es un itinerario cicloturista y senderista que se instala sobre una antigua vía ferroviaria.

En el valle del Eo hay la única vía verde gallega, de unos catorce kilómetros –la mitad de los cuales pertenece a Asturias–, entre Vilaoudriz (en A Mariña Oriental) y San Tirso de Abres (ya en el Principado asturiano). Se trata de la reconversión en vía verde del tramo superior de la antigua línea de tren abandonada desde la década de 1960 que había unido desde comienzos de siglo Ribadeo con Vilaoudriz, donde había una mina de mineral de hierro. En la actualidad el estado de la vía verde es malo, con túneles sin iluminación y con circulación de aguas, firmes de desiguales calidades y estándares de conservación, inestabilidad de taludes y puentes, asfaltado de un tramo que permite el paso de coches, etc.

3.2. TRANSPORTE VIARIO

Sólo nos consta un bus turístico como tal en Galicia: el de Vigo. Funciona todo el verano (con cuatro circulaciones diarias) y durante el invierno únicamente cuando llegan cruceros a los muelles. Gestionado por la empresa municipal de transportes (VITRASA), sigue el modelo de bus con planta superior descubierta. En el año 2008 lo utilizaron 8.026 personas⁴.

Otra modalidad de transporte viario que constituye un producto turístico es el trencito, que está presente al menos en Ourense, Pontevedra y Santiago, así como en O Salnés (en O Grove, en A Toxa y en Cambados). En el caso de Ourense, el trencito –denominado *Tren Termal*– no sólo es empleado a efectos turísticos, sino también de forma sistemática por la población local, dado que comunica las termas de Outariz con el centro de la ciudad, un recorrido de más de cinco kilómetros. Precisamente, existe la propuesta en Ourense de aprovechar la llegada del tren de alta velocidad para liberar de la circulación de trenes el tramo de vía férrea entre el sur de la ciudad (Mariñamansa y Seixalvo, e incluso el polígono de San Cibrao) y Outariz, un tramo que podría convertirse en un tranvía urbano de más de diez kilómetros de recorrido que estructurase la oferta turística de la ciudad, sobre todo las tres grandes áreas termales – As Burgas, A Chavasqueira y Outariz– y también sirviera, de contar con unas frecuencias de paso idóneas, para transporte público urbano que podría descongestionar las principales arterias de la ciudad (mapa 1).

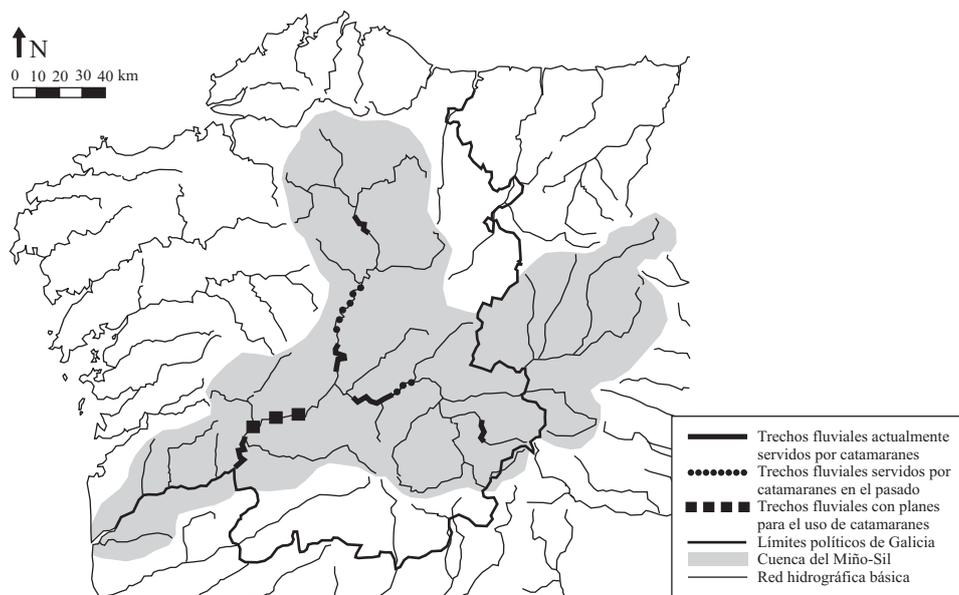
2.3. TRANSPORTE FLUVIAL

El transporte fluvial con fines turísticos en Galicia ha tenido un crecimiento notable en los últimos años, sobre todo a causa de los catamaranes. Cabe matizar de entrada que prácticamente ninguno de los barcos conocidos como “catamaranes” lo son técnicamente, pero se suelen llamar así y nosotros vamos a emplear esta denominación. Santos y Pazo (1995) sitúan su inicio algo antes del año 1995 en el Mi-

⁴ [sin autoría]: “Vigo cuenta con un nuevo autobús turístico «totalmente accesible» y acondicionado para funcionar en invierno”. (Disponible en: <http://www.europapress.es>. Última consulta: 01/04/09).

ño, aguas abajo de Lugo, y con nuestras investigaciones hemos obtenido que *Viajes Pardo* inició su actividad de navegación en el cañón del Sil precisamente alrededor de esa fecha. Sea cual sea el momento y el lugar de origen, el desarrollo ha sido muy importante a lo largo de los últimos quince años. Tal y como se puede ver en el mapa 2, los recorridos en catamarán se han consolidado en el tramo bajo del río Sil y en el medio del río Miño, vinculados a los grandes embalses de la cuenca hidrográfica, que permiten un nivel regular de agua y, por lo tanto, la navegación. Estos recorridos se hacen mayoritariamente por unos paisajes escénicos de gran vistosidad, como son los cañones fluviales de A Ribeira Sacra. Sea como fuere, consta que determinados tramos estuvieron en funcionamiento en su día y que en la actualidad no están abastecidos y, asimismo, hay proyectos de poner en explotación nuevos recorridos. Vamos a verlos todos a continuación.

Mapa 2.- Cartografía del aprovechamiento de la red fluvial de la cuenca Miño-Sil por parte de los “catamaranes”



FUENTE: Elaboración propia.

Los primeros recorridos fueron en el embalse de Santo Estevo (desde el muelle de Loureiro, cerca de la pared del embalse, en el municipio de Nogueira de Ramuín), Belesar (desde el muelle de Portomarín) y el de Os Peares (desde el muelle de Belesar, en el municipio de Chantada). Al construirse el muelle de Doade (en el municipio de Sober), el recorrido por el Sil se amplió aguas arriba del mismo embalse de Santo Estevo hasta Augasmestas, donde se une el Lor al Sil, ya en las puertas de O Courel. En su momento los catamaranes fueron un servicio turístico

descontextualizado de un entorno –la Ribeira Sacra– en “*lamentable estado de abandono y degradación*” y sin alojamientos (Santos y Pazo, 1995, p. 263). La situación es mucho mejor ahora, y los catamaranes se han consolidado como un elemento estrella de la oferta turística de la Ribeira Sacra y, de este modo, individualizan y caracterizan este destino frente a otros, no sólo del interior de Galicia, sino de la Península Ibérica.

En la Ribeira Sacra perteneciente a la provincia de Lugo, la Deputación asumió ya hace más de una década un liderazgo fuerte en el tema de los catamaranes, ya fuera mediante la gestión directa de la propia flota o mediante concesiones a empresas privadas de sus barcos. En cambio, en el caso ourensano han predominado las empresas privadas. En la actualidad Lugo cuenta con un servicio provincial de gestión de reservas (www.rutasembales.es) que ofrece un total de cinco rutas, que no siempre están disponibles –en el verano del año 2009, por ejemplo, lo estuvieron tres, dos de las cuales esperan ser mantenidas durante todo el invierno–. Las cinco rutas que figuran en la web son las siguientes: Doade-embalse de Santo Estevo hacia abajo-Doade (con dos variantes, una más larga y otra más corta; este año sólo se ofrece la corta), Doade-Augasmestas-Doade (este año no se ofrece), Belesar-embalse de Os Peares hacia abajo-Belesar, y Lugo-Ombreiro-Lugo (esta última es la que se prevé no ofrecer durante el invierno). Como novedad, en el verano del año 2009 la Deputación de Lugo ofreció de manera experimental durante los fines de semana un servicio de *catering* en los barcos con vino de la Ribeira Sacra y pinchos, lo que permite comenzar a superar la mera oferta de un viaje.

En la orilla ourensana los servicios se concentran en los muelles de Loureiro, donde operan *Viajes Pardo* y *Hemisferios*. Ambas ofrecen desde hace años servicios de *catering* que se pueden solicitar por adelantado, alquiler de barcos para celebraciones o eventos, o bien cafeterías en los catamaranes. En Loureiro se construyó un edificio en el muelle que ganó por concesión la compañía *Hemisferios*, en el que hay servicio de restauración y una oficina de turismo con tienda. Nos referiremos a *Hemisferios* en el punto 4.2. En el caso de *Viajes Pardo*, se ofrecen paquetes que incluyen, más allá del servicio fluvial, el desplazamiento en un solo día hasta Loureiro desde Ourense, Pontevedra o Vigo (completado con visitas a varios monasterios y con la restauración incluida), y también, para dos noches, el alojamiento y la media pensión en un hotel de la propia empresa en la zona.

En el resto de la cuenca hidrográfica Miño-Sil sólo consta la existencia de servicios de catamaranes en el embalse de Prada (desde el año 2007, con el barco *Alberguería*, nombrado así en honor a la aldea anegada por el embalse en el año 1959), en A Terra do Bolo, y también en O Ribeiro, en concreto en el embalse de Frieira. En este segundo caso, opera la empresa *Autna* entre Cortegada y Arnoia que, como en la Ribeira Sacra ourensana, ofrece excursiones, comidas, cenas, fiestas privadas, etc. *Autna* inició su actividad con catamaranes en el año 2002. Existen planes, cartografiados en el mapa 2, de ampliación de estos servicios hacia la cola del embalse de Frieira, hasta Ribadavia, con un posible muelle cerca de Francelos.

Esto permitiría que, en el paquete que *Autna* ofrece –catamarán en el río más visita al casco viejo de Ribadavia, con el servicio de bus desde el muelle de Arnoia hasta la villa– se pudiera ahorrar el bus.

Existe también el proyecto de implantar un servicio de catamaranes en el embalse de Castrelo de Miño, que fuera desde Castrelo hasta las puertas de Ourense (hasta Outariz, dado que aguas arriba no puede circular a causa del lecho del río) (mapa 2). Este recorrido requeriría un dragado de fondos a la altura de Untes. Este catamarán en proyecto dinamizaría buena parte de la oferta termal de la falla del Miño: Outariz (enlazando con la oferta urbana de Ourense), Lais (municipio de Punxín) y Alongos (Toén). Esto permitiría estructurar mejor el producto termal ourensano y la sinergia de ofertas que devendrían complementarias.

En O Baixo Miño operó hasta el año 2008 una empresa desde el muelle de Pasaxe (parroquia de Camposancos, municipio de A Guarda); sin embargo, al navegar por el estuario de la desembocadura del río, se trata de un servicio más atribuible al transporte marítimo que al fluvial.

Más allá de todas las posibilidades vinculadas con los catamaranes, deberíamos hablar de otros tipos de transporte fluvial que son empleados a efectos turísticos en Galicia. Estas otras posibilidades incluyen el descenso en kayak, el piragüismo, el *rafting*, etc. Excepto determinados puntos en los que se ofrecen productos bien estructurados, en realidad este tipo de actividades en Galicia se encuentran en fase embrionaria y son practicadas esporádicamente por deportistas *amateurs*, por lo general con mucha voluntad y escasa infraestructura. Por otro lado, la construcción masiva de miniembalses en los ríos gallegos en las últimas décadas ha mermado mucho las posibilidades existentes para practicar estos deportes en aguas bravas en varios cursos fluviales que se habían librado de los grandes embalses como, por ejemplo, determinados tramos de los ríos Arnoia, Ulla o Umia, que presentaban grandes posibilidades en este sentido, pero que fueron afectadas a destajo. Algún río de A Mariña, por ejemplo el Ouro, aún mantiene opciones notables y sería deseable no echarlas a perder.

Sin embargo, en determinados puntos se trabaja con dichas embarcaciones. En los cursos bajos del Tambre, del Ulla y del Miño y en el curso medio del Xallas (por encima del embalse de A Fervenza) varias empresas ofrecen kayak. Por otro lado, el *rafting* está ofertado en el curso bajo del Ulla y en el tramo del Miño aguas abajo del embalse de Frieira y hasta O Baixo Miño, donde las aguas se convierten en calmas. El piragüismo aparece en ríos como el Eo, el Navia (más bien en Asturias) o el Sil (en Santo Estevo). En el interior de Galicia, alrededor de los clubes náuticos de determinados embalses, también existen posibilidades varias con estas embarcaciones, incluso con vela y con catamarán (sin motor): Castrelo (O Ribeiro), O Corgo (Baixa Limia), Lugo, Vilagudín (Terra de Ordes), etc. De todas formas, la potencialidad del turismo náutico del interior de Galicia es notable, dada la gran cantidad de embalses y su nivel alto de aguas prácticamente todo el año y todas las temporadas; en cambio, los niveles de desarrollo son mínimos.

Castrelo de Miño se está consolidando en los últimos años como un referente en deportes náuticos fluviales, con un papel destacado jugado por el *Clube Náutico*. En la actualidad en el embalse se practican remo, catamarán, vela, piragüismo y pesca deportiva. Sin embargo, falta infraestructura turística básica, sobre todo hotelera. Cuando determinadas selecciones deportivas deciden hacer un *stage* de entrenamientos o se celebran grandes eventos (en los meses de febrero y marzo del año 2009 se obtuvo el *Open de las Naciones de Remo*), no hay posibilidades de alojarse en Castrelo y los deportistas y acompañantes deben ir hasta Ourense, O Carballiño e incluso Vigo. Existen propuestas para construir un centro de alto rendimiento en la orilla del embalse, con infraestructura hotelera asociada para, de este modo, poder captar en invierno selecciones nacionales de países nórdicos y contribuir a fijar la demanda en Castrelo y, asimismo, desestacionalizar el turismo en O Ribeiro.

3.4. TRANSPORTE MARÍTIMO

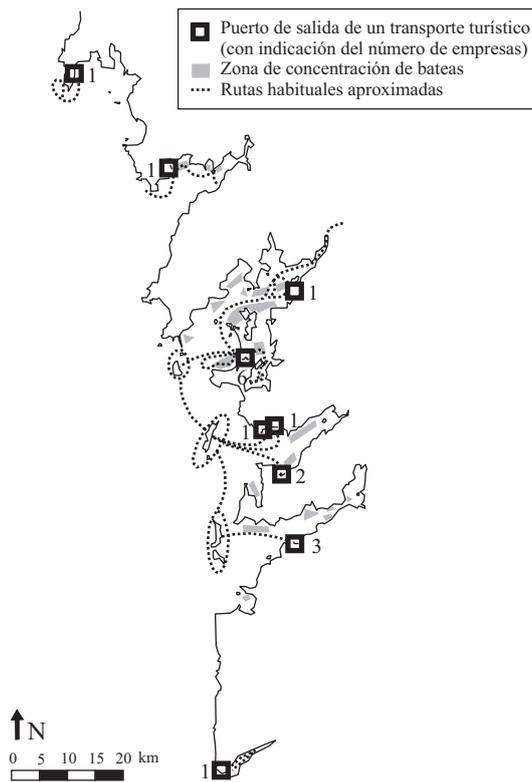
Si en el uso turístico del transporte fluvial la casuística en Galicia es amplia, el marítimo ofrece aún un abanico mucho más vasto y, como actividad turística, posee un recorrido más largo. Un ejemplo paradigmático nos lo ofrecen los barcos que desde Vigo se dirigen a las islas Cíes. El transporte entre las islas y la costa tiene un origen inmemorial y ya existen servicios turísticos, en concreto hacia las islas Cíes, desde por lo menos la década de 1930, y es en la de 1950 cuando empiezan los servicios regulares de vapor que las llegan a masificar (González-Alemparte, 2003). En la actualidad este servicio se encuentra regulado por legislación propia⁵ y, asimismo, existe una limitación normativa del número máximo de visitantes autorizados diariamente a llegar a las islas Cíes a causa de la capacidad de carga del archipiélago (fijada en las 2.200 personas). Esto pone de manifiesto que se considera que el transporte turístico desbordó los límites de la sostenibilidad del destino. En el caso de Ons, a fecha de hoy aún no se ha fijado cuál va a ser ese límite, pero *a priori* se prevé que sea inferior al establecido para las Cíes.

En el mapa 3 hemos ensayado un ejercicio de representación del transporte turístico marítimo. En primer término, destacan como categoría distintiva los servicios que unen varias localidades de la orilla de las rías de Vigo y Pontevedra con los archipiélagos de Cíes y Ons, respectivamente. La empresa *Mar de Ons* tiene la concesión en la ría de Vigo desde el año 1999 y en la actualidad ofrece conexiones entre las Cíes, por un lado, y Vigo, Baiona y Cangas, por otro. También comunica, en este caso desde el año 1993, Sanxenxo y Portonovo con las Ons. Por otro lado, la naviera *Isla de Ons* conecta regularmente Bueu con las Ons. Todos estos servicios se ofrecen sobre todo en los meses de julio y agosto, lo que evidencia que es-

⁵ Inicialmente, la Ley 4/1999, de 9 de abril, de declaración de servicio público de titularidad de la Xunta de Galicia del transporte público marítimo de viajeros en la ría de Vigo, la primera aprobada después de la transferencia de competencias en esta materia en el año 1995. En la actualidad, la Ley 2/2008, de 6 de mayo, por la que se desarrolla la libre prestación de servicios de transporte marítimo de personas en aguas interiores de Galicia, que deroga la anterior.

tán orientados al turismo estival de sol y playa, aunque en el caso de la conexión Cíes-Vigo el período se amplía hasta los meses de junio, septiembre y octubre. Las embarcaciones que dominan en este servicio son los catamaranes. Ambas empresas, y también las agencias de viajes, ofrecen paquetes integrados (con alojamientos en las islas, visitas guiadas, etc.) y otros servicios como, por ejemplo, las excursiones marítimas por las rías de Vigo y Pontevedra, o el alquiler de barcos para celebraciones, convenciones, almuerzos, etc. Barcos de *Mar de Ons* participaron alquilados por empresas que quisieron estar presentes en eventos que se celebran –o que se celebraron– en las rías gallegas, como la regata *Cutty Sark (Desafío Atlántico)* en el año 2009 o la *Volvo Ocean Race* (edición 2005-2006, con salida en Vigo). De este modo, se ha pasado del mero transporte entre la costa y las islas a un amplio abanico de opciones disponibles para los distintos tipos de consumidores que llegan a generar productos de naturaleza heterogénea.

Mapa 3.- Cartografía esquemática de los servicios de transporte turístico marítimo



FUENTE: Elaboración propia a partir del listado de empresas censadas en la web de Turgalicia (www.turgalicia.es). Última consulta: 15/09/09).

No obstante, en el mapa 3 se puede comprobar cómo se produce una especial concentración de empresas en la ría de Arousa, sobre todo en O Grove –seis de las dieciocho empresas de transportes turísticos marítimos censadas (un tercio) tienen su sede en este municipio–. Analizaremos los productos que ofrece una de estas empresas en el punto 4.3. En general, estas empresas, que suelen denominarse *cruceiros*, ofrecen actividades *seaseeing* en las que, más allá de una vuelta por la ría y explicaciones por parte de los guías de los lugares que se van recorriendo, se hace una parada en una batea y se muestra cómo se extrae el mejillón. Se aprovecha para tomar un vino albariño y degustar marisco. Algunos de los barcos van equipados con visión submarina (fondos de cristal). Hay tanto catamaranes como barcos convencionales, y muchos de ellos tienen durante la temporada estival una salida cada hora o incluso media hora. Se trata de un producto turístico muy adaptado a las características propias de las rías –producción de marisco, vino DO Rías Baixas, etc.–, que combina gastronomía con paisaje y viaje en barco, y que en este sentido ofrece un perfil distintivo y original. Estas mismas actividades se encuentran en la ría de Muros y Noia, y también en las dos Rías Baixas más meridionales, aunque en menor medida que en Arousa. El *boom* de este tipo de productos en Arousa se produjo a lo largo de la década de 1990. Antes existían algunas empresas que hacían vueltas en barco a la isla de A Toxa, pero el producto turístico idiosincrático que combina rías, bateas y albariño emergió hace unos quince años.

Más allá de este producto turístico de transporte marítimo que ofrecen varias empresas de las Rías Baixas y que está relativamente estandarizado, algunas también permiten actividades concretas de las que no disponen todas las compañías. Por ejemplo, fondear en islas desiertas durante un tiempo y dar la posibilidad de bañarse en ellas y/o recorrerlas (Creba en Muros y Noia, o en O Areoso en Arousa), o bien, en el caso de Arousa, visitar las islas de Cortegada o Sálvora, con una explicación guiada de la historia y del paisaje de las islas que se hace durante un recorrido incluido en el paquete –estas últimas islas, a diferencia de las dos anteriores, están incluidas dentro del Parque Nacional das Illas Atlánticas y, por lo tanto, las visitas tienen que hacerse vigiladas y dentro del umbral máximo establecido–. Dado que, en este caso, son visitas de varias horas, algunas empresas ofrecen comer en el barco, con menús tan sugestivos como arroz con marisco. También una empresa ofrece recorrer la ruta jacobea del mar de Arousa (véase el punto 4.3).

Más allá de las Rías Baixas, hay más oferta de productos turísticos basados en el transporte marítimo. Como se refleja en el mapa 3, en Fisterra, con una vuelta por el cabo, el cementerio de César Portela, O Centolo de Fisterra, etc., pero también en varios puntos de A Mariña o del golfo Ártabro que quedan fuera del mapa. En concreto, la conocida como “*lancha*”, que comunica Ferrol con Ares y Mugar dos, se parece al transporte turístico ya mencionado de la ría de Vigo. También hay una lancha que une A Coruña y Ferrol. Las lanchas son embarcaciones que no pueden navegar fuera de las rías y que desempeñan una indudable funcionalidad turística, a pesar de que en origen parece que sólo fueron para el transporte entre locali-

dades del golfo Ártabro, mucho más directo por mar que por tierra. En la actualidad circulan sólo en verano, y no siempre. En algunas páginas en internet se explica que la lancha forma parte indefectible del paisaje de la ría ferrolana, “*viaje obligado para contemplar en todo su esplendor Ferrol y su ría*”, y su práctica desaparición parece crear desasosiego⁶; se trata, por lo tanto, de un transporte plenamente turístico que está bien engarzado con el destino, pero cuya actividad no es regular.

Como es evidente, muchos de estos productos que estamos revisando tienen puntos en común con el turismo náutico, con respecto al cual ya es un lugar común señalar que cuenta con muchas posibilidades en Galicia (Besteiro, 2004; Patiño *et al.*, 2005). No nos corresponde desarrollar esta idea, pero en todo caso es necesario citar la importancia que posee también este sector emergente en el país en el que, lógicamente, el transporte marítimo es necesario. Piénsese, de todos modos, que convencionalmente se entiende que el turismo náutico se limita a desplazamientos de pocos pasajeros por embarcación, a itinerarios no regulares y con un fuerte componente de turismo activo y deportivo (Bedmar, 2006), mientras que nosotros estamos refiriendo en este trabajo productos de transporte turístico en los que el flujo de viajeros puede ser importante, seriado, y no ceñirse a motivaciones deportivas. Se producen también conexiones entre estos productos que acabamos de explicar con el conocido como turismo marinero, específicamente con el “pesca turismo”, que necesariamente se debe practicar a bordo de embarcaciones pesqueras⁷. Esto constituye también un uso turístico de un medio de transporte, pero por definición estas modalidades deben ser complementarias de las rentas de la pesca y no pueden constituir una actividad turística de por sí, lo que, unido a los pocos casos que aún hay en Galicia, nos lleva a concluir que deben quedar fuera de nuestras consideraciones.

En último lugar, no se puede olvidar que el transporte marítimo está plenamente presente en distintas colecciones de museos de Galicia, lo que representa una evidente entrada de este medio de transporte en una tematización que tiene funcionalidad turística. De hecho, el Museo do Pobo Galego –creado en el año 1976 e inaugurado en 1977– posee en su exposición permanente un fondo de cultura marinera. También el transporte marítimo ocupa un lugar destacado en varios otros museos del país centrados en el tema marítimo: en el Museo Provincial do Mar (San Cibrán, Cervo, A Mariña), que existe desde el año 1969; en el Barco Museo Boniteiro *Reina del Carmen* de Burela, desde el año 1998; en el Museo Marítimo do Seno de Corcubión, inaugurado en el año 2001; y, desde el año 2007, en el Museo do Mar de Galicia en Vigo, el único de todos los citados que pertenece a la Xunta.

⁶ Véanse varias intervenciones en la página <http://ferrolterra.fiestras.com/> (Última consulta: 07/09/09).

⁷ Los artículos 112 y 113 de la Ley 11/2008, de 3 de diciembre, de pesca de Galicia ofrecen definiciones precisas para estas modalidades turísticas. La entrada en vigor de esta ley ha sido aplazada por la Ley 1/2009, de 15 de junio, de modificación de la Ley 11/2008, de 3 de diciembre, de pesca de Galicia.

3.5. TRANSPORTE AÉREO

Las opciones de uso para ocio del transporte en el aire son variadas e incluyen tanto medios no motorizados (parapente, ala delta, etc.) como motorizados (paramotor, ultraligeros, etc.). De las cinco categorías consideradas en este trabajo (cuadro 1), la de transporte aéreo es la menos desarrollada formalmente. Presenta, en este sentido, un alto grado de componente *amateur*, aunque ha conseguido un desarrollo importante en los últimos años.

La práctica del parapente se encuentra desplegada por todo el país, dado que la disponibilidad de viento y el contraste topográfico son características territoriales bastante extendidas. Los primeros vuelos se realizaron en Oia en la década de 1980 y desde el año 1995 existe *Parapente Galicia*, club deportivo sin ánimo de lucro que tiene una escuela para el norte de Galicia en Ferrol y para el sur en O Morrazo. Hay otras tres escuelas de parapente que trabajan todo el año, una quincena de clubes, y se estiman en trescientos los practicantes de este deporte en el país. También hay una cierta tradición de parapente en O Larouco (municipio de Baltar, A Limia), donde se han arreglado pistas de césped para el despegue, y para cuya conversión en productos turísticos formalizados se solicitaron fondos INTERREG en colaboración con el Ayuntamiento portugués de Montalegre⁸. En este sentido, se pretende la creación de infraestructura para que la sierra rayana se especialice en esto. En O Xallas la empresa *Naturmaz* trabaja con ultraligeros y paramotor a partir de un aeródromo en la orilla del embalse de A Fervenza.

En los últimos años se ha sumado a esta oferta de transporte aéreo la posibilidad de volar en helicóptero por Galicia, tal y como ofrecen varias empresas, entre ellas *Quadaventuras*, de A Coruña. Esta compañía trabaja desde hace tres años, y las vistas más demandadas son urbanas. Sobre todo, se demanda sobrevolar Vigo, Santiago de Compostela y A Coruña. También trabajan según encargos personales, por ejemplo para bodas y celebraciones.

4. ANÁLISIS DE TRES PRODUCTOS

En este apartado se aporta un análisis de tres organizaciones que consideramos representativas de la oferta de transportes *como* turismo en Galicia. Los casos muestran la diversidad de prácticas turísticas de este tipo que existen en el país, de forma que los contenidos de este apartado –más específicos– profundizan en los del anterior, que ha pretendido efectuar una revisión general.

4.1. EL MUSEO DEL FERROCARRIL DE GALICIA EN MONFORTE DE LEMOS

Como ya hemos dicho, Monforte de Lemos constituye el núcleo por excelencia del tren en Galicia. Su tradición ferroviaria viene dada porque fue el principal nudo

⁸ Prieto, S.: "Baltar y Montalegre impulsan el parapente para dinamizar la economía de la frontera", *La Región*, (08/08/08).

de la red de ferrocarriles ya desde el siglo XIX, momento de llegada del tren a Galicia desde el interior peninsular. En Monforte convergían las vías hacia A Coruña y Vigo, de tal manera que hasta la apertura de la línea directa entre Santiago y Madrid en el año 1959, todos los trenes que accedían a Galicia pasaban forzosamente por Monforte. De la importancia pasada del ferrocarril en la capital de Lemos queda constancia hoy si observamos la gran extensión de espacio y la importancia de las instalaciones ferroviarias utilizadas en su día por RENFE, que alcanzan casi los 300.000 m². Monforte llegó a ser uno de los principales núcleos de las locomotoras a vapor del norte de la península, con talleres especializados y con más de mil empleados directos en el sector ferroviario. La puesta en servicio de la mencionada línea alternativa a mediados del siglo XX implicó el comienzo de la bajada del tráfico de trenes en Monforte y el abandono progresivo de buena parte de las instalaciones.

Sin embargo, la cultura y el orgullo ferroviarios de Monforte de Lemos han permanecido como una constante en la memoria. En este contexto surgió la Fundación de los Ferrocarriles de Galicia en el año 2001, con un patronato compuesto por la Xunta, las Diputaciones de Lugo y Ourense, el Ayuntamiento de Monforte y la Fundación de los Ferrocarriles Españoles, entre otros. La Fundación promovió la creación del Museo del Ferrocarril de Galicia, que inició sus actividades formalmente (la recepción de visitantes) en el año 2007. Se localiza en el antiguo conjunto de trabajo de la tracción vapor, del cual emplea dos grandes sectores: una nave rectangular que fue taller de trabajo (hoy de restauración) y una rotonda ferroviaria de treinta y ocho vías, de las que diecinueve están cubiertas con un edificio en forma de herradura. La rotonda es un elemento de comienzos del siglo XX, de destacado valor patrimonial industrial, donde se invertía el sentido de la marcha de las máquinas de vapor.

El Museo del Ferrocarril de Galicia tiene como objetivos generales la conservación del patrimonio material ferroviario gallego, la difusión del mundo del ferrocarril, la promoción del tren y el fomento de la investigación sobre temas ferroviarios. La entrada es gratuita si no se reclama ningún servicio, pero se cobran las visitas guiadas, el uso del tren obrero dentro del recinto o la proyección de un vídeo en una sala insertada dentro de un coche ferroviario. Cuenta con una Asociación de Amigos del Museo, a la que se adscriben los socios, que pueden ser de distinto tipo.

El Museo está abierto todo el año y mantiene un registro de visitas desde el año 2008, por lo que los datos que aquí presentamos en la tabla 1 sólo se refieren a ese año y a lo que se llevaba contabilizado hasta finales del mes de septiembre del año 2009. A partir de la base suministrada, podemos ver que, más allá del perfil indiferenciado, dominan las visitas de público escolar, principalmente procedente de la provincia de Lugo, aunque también ha habido grupos de Ferrolterra y de O Deza. En el año 2008 hubo varios grupos de la tercera edad, pero no en el año 2009, y se da una cierta presencia de público especializado en el tema de transportes (los co-

legios de ingenieros, por ejemplo). Por los registros disponibles, vemos que predomina el visitante gallego, seguido del catalán (probablemente a causa de la emigración que retorna en el verano a la Terra de Lemos) y del madrileño. También se registra una cierta afluencia de público extranjero, sobre todo de Francia, Reino Unido y Portugal.

Partiendo de Monforte, hasta ahora se han organizado por parte de la Fundación circulaciones de trenes turísticos de vapor de manera más o menos esporádica, por lo general en dirección a Ponferrada (mapa 1). Las diferentes asociaciones de amigos del ferrocarril gallegas fueron las grandes impulsoras de la organización de eventos como el *125 Aniversario del Ferrocarril en Galicia* en el año 2008 (donde una locomotora *Mikado* de vapor circuló con cuatro vagones de época a lo largo de tres días por todo el país) o los diferentes viajes del *Galaico Expreso*. Este tren turístico de época está directamente vinculado al Museo del Ferrocarril de Galicia, y “pretende ser un museo vivo rodante”, “una especie de buque insignia del ferrocarril turístico”, según se dice en la página web del Museo⁹. Con base en Monforte de Lemos, el *Galaico Expreso* está compuesto por diferente material rodante de época y posee máquinas de distinta tracción. Está homologado, de forma que ADIF lo autoriza a circular. Todo el material está restaurado por la Fundación y, entre otros elementos, los convoyes pueden estar integrados por un coche-salón, coches-cama, vagón restaurante, coche-cafetería y vagón-cine. Se trata, por lo tanto, de un material móvil de alto prestigio y calidad, susceptible de ser aprovechado con finalidades turísticas, pero que en la actualidad se puede considerar infrautilizado.

Tabla 1.- Visitantes al Museo del Ferrocarril de Galicia

PERFIL DE VISITANTE	2008		2009*	
	Número	%	Número	%
Indiferenciado	1.109	77,07	250	36,23
Escolar	203	14,11	370	53,62
Gente mayor	87	6,05		0,00
Especializado	40	2,78	70	10,14
Total	1.439		690	

*Hasta el mes de septiembre de ese año.

FUENTE: Fundación de los Ferrocarriles de Galicia.

4.2. UNA EMPRESA DE CATAMARANES EN EL RÍO SIL

El uso del catamarán –la manera, como hemos dicho, de denominar los barcos en el interior de Galicia, sean o no catamaranes– en la Ribeira Sacra como mecanismo de transporte dedicado al ocio conforma un producto original. Como ya hemos avanzado con anterioridad, nos vamos a detener en una empresa en particular para ver qué productos turísticos ofrece.

⁹ <http://www.fundacionffccgalicia.com/> (Última consulta: 30/09/09).

Escogimos la empresa *Viajes Hemisferios*, que forma parte del grupo *Monbús*. En el pasado esta empresa había hecho de concesionaria de los barcos de la Diputación de Lugo, pero desde hace cinco años trabaja sólo con barcos propios. Sus dos bases son los muelles de Doade y Loureiro, ambos en el río Sil, desde los cuales salen los barcos. No obstante, se concentran en Loureiro donde, además de la salida de barcos desde el muelle, tienen, como ya se ha dicho, la concesión de la tienda-oficina y del bar. La empresa *Hemisferios* posee desde el mes de enero del año 2007 el sello de *Compromiso de Calidad Turística* otorgado por el ministerio encargado de temas turísticos.

El principal barco de la empresa es el *Acqua 2*, que circula dos veces por día en temporada baja y hasta cuatro en la alta. La cubierta superior va descubierta, la principal posee servicio de bar y ventanas, y en la cubierta inferior hay un aula didáctica con ventanas de visión subacuática. Con el barco circula siempre una persona que hace de guía y que cuenta aspectos del paisaje, de los monumentos, de la gastronomía, etc. de la zona.

En el barco hay un servicio de bar, pero no es tan completo como el ofrecido por la propia empresa en el muelle. Además de todo esto, se ofrece servicio de restauración previo concierto y en este sentido se dan muchas comidas en el catamarán que se reservan antes para congresos, convenciones o celebraciones privadas, y en las que el *catering* suele ser ofrecido por restauración de la zona (por ejemplo, el restaurante *O Grelo* de Monforte). Han tenido un éxito notable en los últimos años los cócteles nupciales en el catamarán, en colaboración con los paradores de turismo de Monforte y de Santo Estevo, que los “*paquetizan*” dentro de los servicios ofrecidos en una boda en estos emblemáticos edificios.

Contando los pasajeros que suben al *Acqua 2* en el servicio simple de recorrido a lo largo del cañón del Sil, hemos elaborado la tabla 2. Se excluyen, por lo tanto, los eventos, las celebraciones y otros servicios especiales. Se puede comprobar como el incremento de pasajeros ha sido sostenido en el tiempo, lo que permite hablar de una expansión de la empresa y de éxito en términos de venta del servicio básico ofrecido. Así pues, si entendemos que el catamarán constituye la base de la oferta de la Ribeira Sacra y el indicador más fiable de la cantidad de visitantes que se desplazan al destino (a falta de cuantificaciones oficiales), parece que el destino Ribeira Sacra está consolidado y que cada año registra un incremento de afluencia. E, insistimos, que se le deberían añadir los servicios especiales, que parecen estar teniendo un incremento más patente.

Tabla 2.- Evolución de los pasajeros del catamarán *Acqua 2* (2002-2008)

Año	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008
Pasaje	20.000	23.500	24.450	24.900	25.500	26.990	28.950
Variación anual		17,50%	4,04%	1,84%	2,41%	5,84%	7,26%

FUENTE: *Hemisferios SL*.

4.3. UNA EMPRESA DE CRUCEROS MARÍTIMOS EN LA RÍA DE AROUSA

Cruceros del Ulla-Turimares SL es una empresa turística nacida en el año 1994 en O Grove, dedicada fundamentalmente a excursiones marítimas en la ría. Explota también el trencito turístico de esta localidad (que en su ruta entra en la isla de A Toxa), pero en este punto nos vamos a centrar en la sección de transporte marítimo. Su base es el puerto de O Grove, a pesar de que trabaja según la demanda saliendo de otros muelles de la ría. La insistencia máxima de la publicidad de la compañía es la voluntad de generar un viaje placentero, de lo que se deriva que el servicio de transporte se vende en sí mismo como producto de ocio.

La empresa cuenta con dos catamaranes –*Ruta Xacobeá* y *Cormorán 1*–, ambos equipados con visión submarina. Desde el año 2007 tienen una tercera embarcación –el *Fly Delfín*– implantada específicamente para ofrecer servicios como la gastronomía mientras se navega por la ría, a pesar de que en los otros barcos también se sirven comidas. El *Fly Delfín* también se destina a eventos organizados de forma privada (bodas, cenas de empresa, congresos, etc., según se solicite y con precios a convenir), la navegación nocturna (en la que se sirve una cena en un ambiente romántico) y, asimismo, en los viajes a las islas de O Areoso y Sálvora. En estos viajes a las dos islas se ofrecen paquetes integrados: en el caso de O Areoso, contiene una comida (mariscada o alguno otro tipo) y el placer del tiempo de ocio libre en la isla; en Sálvora, contiene una visita guiada a la isla dentro de las rutas establecidas. En este segundo caso, la duración aproximada del servicio es de cuatro horas, de las cuales dos y media son de recorrido terrestre de la isla.

El producto más vendido de la empresa es el explicado para el conjunto de la ría de Arousa: el viaje por las bateas. En este caso, *Turimares* se desplaza preferentemente a las bateas situadas al norte de la península de O Grove, mediante un viaje en barco que se hace acompañado por guías que explican cómo funcionan los parques de cultivos marinos, las formas de pesca que se ven, la avifauna que va apareciendo, etc. Incluye degustación a bordo de marisco y de albariño. El recorrido dura algo más de una hora. La máxima afluencia se registra en los meses de julio y agosto, y también en la fiesta del marisco de O Grove (en la primera quincena del mes de octubre). Se establecen unos servicios mínimos fijados por día durante temporada alta –unos seis–, pero se sale según la demanda, cosa que puede ser cada media hora o cada hora durante esos meses. Durante el invierno este producto sólo se hace para los grupos que lo solicitan.

Turimares ofrece un producto particular que no está presente en otras empresas: la ruta jacobea del mar de Arousa. Esta ruta es uno de los caminos de Santiago canónicos definidos por la Xunta (Turgalicia, 1998) y *Turimares* es la única empresa que la desarrolla de manera comercial. En el primero lustro de vida de la empresa, la ruta jacobea fue para ella un producto de mucha importancia. Se trataba de una colaboración con el Xacobeo en la que buena parte de los clientes eran grupos escolares subvencionados por el Gobierno. Se partía entonces de Vilagarcía y se hacía la ruta hasta Padrón. Sin embargo, en la actualidad esta ruta funciona en tem-

porada estival de forma privada, sin aportación de ningún organismo oficial, y con salida de O Grove. Se va en barco por la ría y luego se sube por el río Ulla hasta Padrón, donde se visita el pedrón en la iglesia (donde la tradición marca que embarrancó la barca del Apóstol) y la casa-museo de Rosalía de Castro. A continuación se coge un autobús y durante el recorrido de vuelta a O Grove se para en una bodega en Cambados. Todo el paquete dura unas cinco horas e incluye tanto el desplazamiento en barco y las explicaciones, como los servicios ofrecidos y el retorno en autobús.

Contando con todos los segmentos de la empresa, los datos de turistas ofrecidos por *Turimares* permiten hablar de una subida acusada de pasajeros hasta el año 2003. Desde entonces se estabilizó la demanda, con leves subidas cada temporada, hasta alcanzar los aproximadamente 90.000 viajeros en los años 2006 y 2007. En el año 2008 se registraron unos 80.000.

5. CONCLUSIONES

Habíamos señalado en las coordenadas teóricas que el transporte *como* turismo se da cuando el transporte, más allá de ofrecer desplazamiento, es la base de una experiencia turística, de forma que ni la velocidad ni el coste son variables determinantes. Lo es, sobre todo, el producto turístico en sí mismo. Hemos tenido ocasión de revisar cómo en Galicia esta circunstancia se ha producido en varios casos. Tal y como se ha dado en la teoría sobre el asunto, en nuestro país es pertinente pasar de la constatación de que el transporte sirve *para* el turismo para entenderlo también *como* turismo. Los productos de transporte *como* turismo ya forman parte del sistema turístico gallego y no se pueden obviar, para comenzar porque hay problemas relevantes que hace falta administrar. Es el caso, por poner un ejemplo de entidad, de la falta de visibilidad de buena parte de esta oferta en los medios oficiales de promoción turística. En efecto, a efectos de la demanda, la mayor parte de los datos no están disponibles por conductos habituales y esta debe buscarlos por las páginas web de particulares, empresas o asociaciones.

En determinados destinos concretos dentro de Galicia el transporte *como* turismo alcanza mucha importancia y no se puede considerar una mera comparsa de otros productos turísticos. Más bien, algunos de los productos estudiados en esta contribución articulan la oferta turística de comarcas enteras e incluso crean su propia red complementaria a su servicio, y no al revés. Los paquetes creados en este sentido incluyen desplazamientos en otros medios de locomoción (que sí que son transporte *para* turismo, por ejemplo los buses), gastronomía, alojamiento, visitas (culturales, enológicas...), etc. Los ejemplos más claros, a los que dedicamos tanto un análisis general como un análisis de caso, son los “*catamaranes*” en la Ribeira Sacra y los cruceros de las Rías Baixas (particularmente centrados en O Grove). Son dos tipos concretos que se puede considerar que protagonizan la oferta turística de sus respectivos destinos y, por lo tanto, la califican y la distinguen. De hecho, el

destino Ribeira Sacra existe, en gran medida, a causa de los “*catamaranes*”. Y en un mundo rural como el gallego, caracterizado por problemas muy graves de diferenciación en el turismo rural (Santos, 1999, 2009), se puede sostener que este transporte turístico aporta un valor añadido a algunos destinos y que contribuye de manera notable a individualizarlos. Por lo que respecta al mar de Arousa, los barcos son un medio fundamental para que la identidad de O Salnés y de O Barbanza (las bateas, el camino jacobeo del mar de Arousa, el mundo marinero, etc.) pueda convertirse en motivo de atracción turística.

A pesar de que Page (1994, p. 23) había detectado que en geografía las aportaciones a los transportes turísticos se suelen hacer con el punto de vista de la geografía de los transportes, el trabajo aquí realizado con conceptos y métodos característicos de la geografía del turismo ha permitido subrayar los perfiles propios de los productos del transporte *como* turismo en Galicia. Aunque después de nuestro trabajo no podemos determinar cuáles son las condiciones exactas que permiten que un determinado transporte se convierta en un producto turístico, nos parece muy revelador constatar cómo los transportes que alcanzan tal condición siempre lo hacen en la medida en que consiguen compenetrarse con el destino y que reflejan sus características. En efecto, en la Ribeira Sacra los “*catamaranes*” son un medio fundamental para disfrutar de la topografía contrastada o de las terrazas vitícolas, en Arousa los barcos revelan turísticamente las bateas, en A Coruña el tranvía simboliza el perfil urbano de la ciudad, en el trencito de Ourense se estructura el producto termal, en el tren turístico Ferrol-Ortegal se incorporan unos atractivos de la comarca de Ortegal a los destinos de Ferrol y de A Mariña, etc. No es que estos medios de locomoción se conviertan en iconos funcionales, como sugería en algunos casos Robbins (2003), sino que se interrelacionan hasta confundirse con el destino. Incluso en algún caso, como ya hemos dicho anteriormente, pasan a ser un elemento indefectible de aquel. De este modo, los productos de transporte *como* turismo parecen basar su éxito en la comunión con el destino.

Cooper *et al.* (2008, p. 407) habían advertido que el transporte *como* turismo está en expansión. Esto lo hemos podido comprobar en Galicia mediante la explicación cualitativa efectuada en el apartado 3 y, en términos generales, por los datos numéricos obtenidos para el apartado 4 (teniendo en cuenta que los años 2008 y 2009 están dominados por la crisis económica y, en consecuencia, que la demanda se ha visto resentida en algún caso). Sin embargo, las posibilidades en el país no están agotadas y aún queda mucho potencial de desarrollo. Un modo en el que hallamos que aún hay mucho camino por recorrer es el ferroviario, más allá de las posibilidades indicadas sobre el transporte fluvial o en otros puntos del apartado 3. En los cañones de los ríos Sil, Cabe y Lor, la circulación organizada y regular de convoyes como los arreglados en el Museo del Ferrocarril (por ejemplo, del tren de vapor), es una estrategia atractiva y sólo hay que tomar en consideración las experiencias inglesas para pensar que las opciones de éxito son altas. También se podría

pensar en una fórmula similar en el recorrido Ourense-A Gudiña, de una alta calidad escénica, que podría acompañarse de la abertura de una larga vía verde. Esta vía verde permitiría estructurar y poner en valor tramos de pista paralelos a la vía de tren –creados precisamente para la construcción de la infraestructura ferroviaria– como la conocida como *Pista del Marroquí*, que une Toro con Correchoso (Laza, Val de Monterrei), la cual recorre parajes con unos desniveles imponentes. De hecho, en Galicia la implantación de vías verdes se puede considerar testimonial y convendría estudiar su creación en muchos sectores, sobre todo en aquellos tramos que quedarán en desuso a causa de la llegada del alta velocidad, sin que eso implique que se echen a perder los recorridos que deben convertirse en cercanías ferroviarias (Pazos, 2002). Otras posibilidades son la creación de productos tipo *Transcantábrico* en la red RENFE o la activación del Museo del Ferrocarril –que de momento parte, como vimos, de unas cifras modestas–, lo que se podría conseguir si fuera el punto de salida de convoyes turísticos como los propuestos.

La contribución del transporte *como* turismo al sistema turístico gallego ya no puede más ser omitida y ya no podemos quedarnos en la comprensión pasiva del asunto que detectábamos en la introducción. En consecuencia, los productos turísticos de transporte deben ser considerados activamente como un capítulo propio en la geografía turística de Galicia, con innegables consecuencias en las tres dimensiones de la sostenibilidad turística. En primer lugar, en el vector económico, pues los datos aquí aportados manifiestan cómo los transportes han contribuido a la generación de destinos, a la fijación de la demanda e incluso al incremento y a la estructuración de la oferta.

En segundo término, por lo que respecta al ámbito sociocultural, defendemos en estas conclusiones que el transporte *como* turismo tiene éxito en Galicia en la medida en que transparenta los recursos del destino y, por lo tanto, respeta la identidad del territorio en el que se inserta. También contribuye a la disminución de las desigualdades espaciales al haber permitido activar espacios interiores relegados del proceso de desarrollo e incluso aún podría aportar más en esta dirección si, por ejemplo, se aprovechara el potencial ferroviario. Hace falta decir también que no parece que la “*turistificación*” de los transportes prive a los residentes del uso de los mismos, como se detectaba en la literatura de referencia, para empezar porque en Galicia prácticamente no hay transporte público (Pazos, 2009).

Finalmente, en términos ambientales, el transporte *como* turismo, en tanto que mayoritariamente colectivo, mitiga unos impactos ambientales del turismo que, como vimos en la parte teórica, mucho tienen que ver con el desplazamiento masivo de turistas mediante vehículos privados individuales. Así pues, estamos de acuerdo con Robbins (2003, p. 100) cuando concluye que “*hay posibilidades para desarrollar servicios de transporte como atracciones [turísticas] por sí mismas con el objetivo de contribuir a una aproximación más sostenible al crecimiento turístico*”.

BIBLIOGRAFÍA

- BECKEN, S.; HAY, J.E. (2007): *Tourism and Climate Change. Risks and Opportunities*. Clevedon/Buffalo/Toronto: Channel View.
- BEDMAR, C.L. (2006): *Evaluación financiera de la inversión en un puerto deportivo. Análisis de rentabilidad y sensibilidad*. (Minor thesis no publicada. Disponible en: <http://upcommons.upc.edu/pfc/handle/2099.1/4373>. Última consulta: 07/10/09). Barcelona: Universitat Politècnica de Catalunya.
- BESTEIRO, B. (2004): “El desarrollo del turismo náutico en Galicia”, *Cuadernos de Turismo*, núm. 13, pp. 145-163.
- BLASCO, A. (2001): *Turismo y transporte*. Madrid: Síntesis.
- COOPER, C. et al. (2008): *Tourism: Principles and Practices*. Harlow: Pearson.
- DÍAZ FERNÁNDEZ, J.A. (2000): “La participación de los sistemas de transportes y comunicaciones en el desarrollo de la actividad turística en Galicia”, en J. Hernández Borge, J.A. Díaz Fernández y C.A. Patiño [coord.]: *O turismo en Galicia. Potencialidades endógenas de desenvolvemento urbano e económico*, pp. 21-84. Vigo: Deputación de Pontevedra.
- DICKINSON, J.E.; ROBBINS, D. (2008): “Representations of Tourism Transport Problems in a Rural Destination”, *Tourism Management*, núm. 29, pp. 1110-1121.
- DOWLING, R.K. [ed.] (2006): *Cruise Ship Tourism*. Wallingford/Cambridge: CAB International.
- GONZÁLEZ-ALEMPARTE, J.M. (2003): *Crónicas de las islas Cíes (De mitos, ermitaños, piratas y mar por medio)*. Betanzos: Briga.
- GUIVER, J.; LUMSDON, L.; WESTON, R. (2008): “Traffic Reduction at Visitor Attractions: The Case of Hadrian’s Wall”, *Journal of Transport Geography*, núm. 16, pp. 142-150.
- GUNN, C.A.; VAR, T. (2002): *Tourism Planning: Basics, Concepts, Cases*. 4ª ed. New York/London: Routledge.
- HALL, D.R. (1999): “Conceptualising Tourism Transport: Inequality and Externality Issues”, *Journal of Transport Geography*, núm. 7, pp. 181-188.
- LAWSON, C. (2001): “Leisure Travel/Activity Decisions: Time and Location Differences”, *Transportation Quarterly*, vol. 55, núm. 3, pp. 52-61.
- LÜCK, M. [ed.] (2007): *Nautical Tourism: Concepts and Issues*. Elmsford: Cognizant Communication Corporation.
- PAGE, S.J. (1994): *Transport for Tourism*. London/New York: Routledge.
- PAGE, S.J. (1998): “Transport for Recreation and Tourism”, en B. Hoyle y R. Knowles [ed.]: *Modern Transport Geography*, pp. 217-240. 2ª ed. Chichester: Wiley.
- PAGE, S.J. (2005): *Transport and Tourism. Global Perspectives*. Harlow: Pearson.
- PAGE, S.J.; CONNELL, J. (2006): *Tourism: A Modern Synthesis*. London: Thomson Learning.
- PALHARES, G.L. (2002): *Transportes turísticos*. São Paulo: Aleph.
- PATIÑO, C.A. (2004): “As infraestructuras de transporte na demanda turística”, en J.A. Díaz Fernández y R.C. Lois [ed.]: *Las infraestructuras de comunicaciones y transportes en el desarrollo territorial de Galicia*, pp. 481-523. Pontevedra: Deputación de Pontevedra.
- PATIÑO, C.A.; DÍAZ FERNÁNDEZ, J.A.; SÁNCHEZ PAVÓN, F. (2005): *El turismo náutico y los puertos deportivos: ordenación, planificación y potencialidades económicas*. A Coruña: Autoridad Portuaria de A Coruña.

- PAÜL, V. (2009): "El turismo en el Parque Natural do Invernadeiro. Situación heredada y perspectivas de cambio", *Cuadernos de Turismo*, núm. 24. (Artículo evaluado y aceptado, pendiente de publicación).
- PAZOS, M. (2002): "Diversificación de la oferta de transporte en las áreas metropolitanas gallegas mediante la posible creación de servicios de cercanías ferroviarias", en E. López Iglesias y J.J. Ares Fernández [ed.]: *Novos escenarios para a economía galega. Actas do II Congreso de Economía de Galicia*, pp. 303-323. Santiago de Compostela: Universidade de Santiago de Compostela.
- PAZOS, M. (2009): "Galicia. La governança de les infraestructures de transport: entre el model *desarrollista* i la mobilitat sostenible", *Idees. Revista de Temes Contemporanis*, núm. 32. (Artículo aceptado, pendiente de publicación. Disponible en: <http://www.idees.net/files/941-233-document/pazoscat2.pdf>. Última consulta: 24/09/09).
- ROBBINS, D. (2003): "Public Transport as a Visitor Attraction", en A. Fyall, B. Garrod y A. Leask [ed.]: *Managing Visitor Attractions: New Directions*, pp. 86-102. London: Butterworth-Heinemann.
- SANTOS, X.M. (1999): "Reflexións en torno ó papel do turismo no desenvolvemento local", en A. dos Santos y J. Mascarenhas [coord.]: *Desarrollo local y regional en Iberoamérica*, pp. 149-165. Santiago de Compostela: Universidade de Santiago de Compostela.
- SANTOS, X.M. (2009): "Turismo e parroquias", en F. García Pazos [coord.]: *A parroquia en Galicia. Pasado, presente e futuro*, pp. 329-344. Santiago de Compostela: Xunta de Galicia.
- SANTOS, X.M.; PAZO, A.J. (1995): "Pazos, fiestas y catamaranes. La oferta gallega en turismo interior", en: *Cambios regionales a finales del siglo XX*, pp. 260-264. Salamanca: Asociación de Geógrafos Españoles/Universidad de Salamanca.
- SCHIEFELBUSCH, M. *et al.* (2007): "Transport and Tourism: Roadmap to Integrated Planning Developing and Assessing Integrated Travel Chains", *Journal of Transport Geography*, núm. 15, pp. 94-103.
- TURGALICIA (1998): *O camiño de Santiago*. (Folleto promocional. Disponible en: http://turgalicia.es/pdfs/caminodesantiago_G.zip. Última consulta: 14/08/09). Santiago de Compostela: Turgalicia
- WEAVER, A. (2005): "The McDonaldization Thesis and Cruise Tourism", *Annals of Tourism Research*, vol. 32, núm. 2, pp. 346-366.
- WILLIAMS, S. (1998): *Tourism Geography*. London/New York: Routledge.
- WTO (1991): *Resolutions of International Conference on Travel and Tourism, Ottawa, Canada*. Madrid: World Tourism Organization.