

GALICIA CREARÁ UNA NUEVA MARCA TURÍSTICA CON SUS CASCOS HISTÓRICOS COMO PRINCIPAL RECLAMO

A finales del 2005 nos llegó una noticia gratificante. La Xunta de Galicia tiene intención de afrontar en los próximos años una nueva política turística. La idea principal es renovar su imagen con la creación de una nueva marca turística centrada en la potenciación de los cascos históricos como reclamo turístico, sin renunciar a la promoción a través del Camino de Santiago.

Invertir en conservar el patrimonio histórico-artístico, en concreto el de los cascos históricos, puede servir como elemento de promoción de la imagen de la Comunidad gallega y como generador de riqueza. El turismo representa en la actualidad el 10 por ciento del PIB de Galicia.

Las experiencias en conservación de los cascos históricos de **Santiago de Compostela** declarado Patrimonio de la Humanidad en 1985 y poseedor de distintos premios internacionales y **Allariz** (Ourense) declarado en 1971 como conjunto histórico-artístico y premiado por el Consejo Europeo de Urbanismo en 1994, han de servir como referente a otras ciudades gallegas para llevar a cabo esta nueva estrategia turística.

Cuando Santiago de Compostela fue declarado por la Unesco como Patrimonio de la Humanidad se produjo "un cambio cualitativo" en la concepción del urbanismo en la ciudad y en la puesta en valor de los recursos patrimoniales para el turismo. La labor de rehabilitación y preservación del patrimonio construido tuvo un efecto muy positivo en términos económicos y colocó a la capital gallega como destino internacional en el turismo cultural, gracias a la colaboración con otras ciudades que también lograron la designación de la Unesco.

RENOVAR" LA IMAGEN TURÍSTICA

A partir de la experiencia de **Santiago de Compostela** y también de la de las localidades ourensanas de **Allariz** y **Ribadavia**, cuyo conjunto histórico está declarado Bien de Interés Cultural, la Dirección Xeral de Turismo quiere desarrollar a lo largo de 2006 "una nueva marca turística", que "complemente" la actual oferta de Galicia, que en los últimos años se centró en la promoción del Camino de Santiago, el turismo vinculado a la náutica y el turismo rural.

Se recurrirá a combinar valores tradicionales y elementos de modernidad del país, teniendo como concepto clave la "calidad". La Xunta de Galicia se propone ayudar a empresas del sector turístico a que se instalen en cascos históricos. Galicia cuenta con más de 20 áreas de rehabilitación de centros históricos que servirán a la Dirección Xeral de Turismo para crear una nueva marca del turismo gallego, bajo la que se ofrecerán rutas en cada casco histórico y entre las distintas ciudades.

SANTIAGO DE COMPOSTELA COMO REFERENTE.

Santiago de Compostela desarrolla desde hace años una política de puesta en valor de su patrimonio histórico y, gracias al fenómeno del Xacobeo, ha incrementado la

presencia de turistas y no sólo en Años Santos. En este sentido, la capital gallega acepta su papel de “puerta de entrada” de turistas y visitantes al conjunto de Galicia.

Pero el camino no es la única oferta, Galicia tiene una identidad cultural propia muy rica que debe promocionarse como elemento para atraer a más turistas. En el proceso de fortalecer el turismo cultural y patrimonial de la comunidad, tanto Santiago como otras ciudades gallegas con importantes cascos históricos, pueden liderar el proceso de creación de una nueva imagen.

La capital gallega cuenta con una larga experiencia en la puesta en valor de su casco turístico y su promoción turística. Puede exportar sus logros en el ámbito gallego e internacional.

RED DE CASCOS HISTÓRICOS

En este proyecto turístico de red de cascos históricos, la comunidad dispone de un fuerte potencial, a partir de los conjuntos histórico-artísticos **de Ribadavia, Betanzos** (A Coruña) o **Viveiro** (Lugo), entre otros. Ciudades como **Lugo**, con su Muralla Romana declarada Patrimonio de la Humanidad y las de **Ourense** y **Pontevedra**, ambas con un patrimonio histórico-artístico de interés y objeto de especial recuperación en los últimos años, recibirán un impulso promovido desde la Xunta y en colaboración con los ayuntamientos.

También se potenciará las ofertas turísticas de **A Coruña, Ferrol** y **Vigo**, aunque en estos casos con un enfoque más vinculado al carácter urbano y a su relación con el mar.

Además, la Dirección Xeral de Turismo de la Xunta se plantea mejorar la promoción turística del conjunto de la comunidad a través de la “coordinación” de acciones con los agentes del sector y con las entidades locales. De hecho, está prevista la creación de una red de oficinas de información turística de Galicia, reorganizando las ya existentes, ya sean de titularidad autonómica o municipal.

La cooperación con ayuntamientos, diputaciones y mancomunidades es otro de los aspectos a los que la Xunta debe prestar mayor atención, así como a una nueva colaboración con la Secretaría del Estado de Turismo. Se deberá buscar un ‘Pacto gallego por el turismo’ con empresas y sindicatos que permita “diseñar medidas consensuadas” para la promoción de la actividad turística del conjunto de Galicia.

Galicia dispondrá de una nueva ley que permitirá elaborar programas de turismo específicos en ámbitos como promoción del Camino de Santiago, turismo cultural, de reuniones y congresos, rural, turismo activo, de la naturaleza, de la salud y termal, náutico, de golf y de litoral.

Sergi Ortiz

AHSANTE viatges.