

En VARGAS-MARTÍNEZ ,ELVA ESTHER y ZIZUMBO-VILLAREAL, LILIA, ACCIÓN SUSTENTABLE, GESTIÓN E INNOVACIÓN. ESTUDIOS SOBRE TURISMO Y GASTRONOMÍA. MÉXICO (México): EDICIONES Y GRÁFICOS EÓN.

DE NORTE A SUR: REFLEXIONES GLOBALES SOBRE DOS PRODUCTOS DE TURISMO AGROALIMENTARIO.

THOME-ORTIZ, HUMBERTO, GÚZMAN-HERNÁNDEZ, CELIA y MONRROY-FLORES, ALEJANDRA.

Cita:

THOME-ORTIZ, HUMBERTO, GÚZMAN-HERNÁNDEZ, CELIA y MONRROY-FLORES, ALEJANDRA (2017). *DE NORTE A SUR: REFLEXIONES GLOBALES SOBRE DOS PRODUCTOS DE TURISMO AGROALIMENTARIO*. En VARGAS-MARTÍNEZ ,ELVA ESTHER y ZIZUMBO-VILLAREAL, LILIA ACCIÓN SUSTENTABLE, GESTIÓN E INNOVACIÓN. ESTUDIOS SOBRE TURISMO Y GASTRONOMÍA. MÉXICO (México): EDICIONES Y GRÁFICOS EÓN.

Dirección estable: <https://www.aacademica.org/humberto.thome.ortiz/64>

ARK: <https://n2t.net/ark:/13683/ptuO/5dB>



Esta obra está bajo una licencia de Creative Commons.
Para ver una copia de esta licencia, visite
<https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/deed.es>.

Acta Académica es un proyecto académico sin fines de lucro enmarcado en la iniciativa de acceso abierto. Acta Académica fue creado para facilitar a investigadores de todo el mundo el compartir su producción académica. Para crear un perfil gratuitamente o acceder a otros trabajos visite: <https://www.aacademica.org>.

De norte a sur: reflexiones globales sobre dos productos de turismo agroalimentario

*Humberto Thomé Ortiz**
*Celia Guzmán Hernández***
*Alejandra Monroy Flores****

Introducción

El presente trabajo reflexiona acerca de las articulaciones socioculturales que emergen del proceso de activación turística del patrimonio agroalimentario como estrategia de desarrollo. Para ello, se elaboró un análisis comparativo entre dos escenarios con proyectos de turismo agroalimentario en proceso de construcción.

Lo anterior implica la posibilidad de analizar los procesos denominados como nueva ruralidad (Cartón de Grammont, 2004), que se dan tanto en una pequeña comunidad semidesértica del centro de México, como en una pequeña isla que se encuentra en el rincón más apartado del mundo. Ello indica que el turismo agroalimentario es una de las actividades que definen el carácter

* Doctor del Instituto de Ciencias Agropecuarias y Rurales, UAEMéx, Toluca, México <humbertothome@hotmail.com>.

** Maestra de la Facultad de Turismo y Gastronomía, UAEMéx, Toluca, México <cgh@yahoo.com.mx>.

*** Maestra del Instituto Cultural Nicolás Guillén, Toluca México <alex9996@hotmail.com>.

global de los nuevos usos del espacio rural, así como de las problemáticas comunes para articular productos turísticos integrales y de calidad.

Enfoques cualitativos y análisis comparativos: coordenadas para el estudio del turismo agroalimentario

El presente trabajo aborda el problema de las articulaciones sociales y culturales en el diseño de dos productos de turismo agroalimentario. Para ello se emplea el enfoque cualitativo (Phillimore y Goodson, 2004) para el estudio de dos destinos turísticos agroalimentarios en construcción. Ello tiene la finalidad de analizar el proceso participativo para el diseño de productos de turismo agroalimentario, con un interés particular en las articulaciones socioculturales necesarias para el desarrollo de estrategias de innovación territorial (Renard y Thomé, 2010). Posteriormente, se realizará un análisis comparativo (Sancho y García, 2006) que permitirá pensar en el carácter global que adquieren los nuevos usos del espacio rural y sus problemáticas referentes a la organización y acción colectiva.

La comparativa se establece a partir de dos territorios que tienen condiciones naturales, sociales, económicas y culturales contrastantes, cuyo único común denominador es la existencia de productos agroalimentarios con anclaje territorial y profundidad histórica, que son reinterpretados como recursos turísticos (Morère, 2006). El objetivo de este escrito es recuperar y sistematizar dos experiencias de diseño participativo de productos de turismo agroalimentario en contextos variables, con la finalidad de encontrar diferencias y similitudes que sean significativas en los procesos de acción colectiva y la activación territorial a través del turismo.

El trabajo comprende dos fases: la primera consiste en una investigación documental acerca de tópicos relacionados con el turismo agroalimentario, la documentación histórico-social de los productos agroalimentarios en cuestión y el análisis documental de los procesos de diseño participativo de los productos turís-

ticos; la segunda fase reside en el trabajo de campo, mediante el desarrollo de entrevistas con informantes clave, el análisis de los talleres participativos para el diseño de los productos turísticos y el reconocimiento espacial de los atractivos turísticos. Por tanto, es un estudio de carácter cualitativo y de naturaleza inductiva, pues aborda dos casos de manera puntual, cuyo nivel de representatividad es alto, en el sentido de que su objetivo son los recursos agroalimentarios emblemáticos, definidos por su carácter singular, su profundidad histórica y su alto nivel de anclaje territorial.

De acuerdo con lo anterior, se puede establecer que en ambos casos se realizó una observación detallada del proceso de diseño participativo de las propuestas turísticas. Con los datos obtenidos se realizó un análisis y la clasificación de los hechos para generar reflexiones acerca de los problemas de organización, acción colectiva y activación territorial que conlleva la implementación de productos turísticos agroalimentarios. El proceso de ambos casos fue contrastado mediante una matriz comparativa, que permitió establecer parámetros entre dos casos con similitudes significativas respecto a las problemáticas de articulación entre los territorios, productos y actores que participan en el diseño de productos agroalimentarios.

Viajes de la tierra a la mesa. De norte a sur: dos proyectos de turismo agroalimentario

En este apartado se analizan los problemas de organización y acción colectiva en el diseño participativo de dos productos de turismo agroalimentario en América Latina. El único punto de convergencia en ambos casos es la existencia de un recurso agroalimentario con cierto nivel de exotismo, a partir del cual se construye una oferta turística diferenciada. Se trata de un tipo de turismo de intereses especiales, en el que el alimento constituye el principal motivo de viaje y se reconstruye como un vehículo para el descubrimiento del territorio como escenario turístico.

El turismo agroalimentario se basa en un producto turístico integral, cuyo elemento focal es el disfrute y conocimiento de los procesos de producción, transformación, distribución y consumo de alimentos vinculados a su región de origen (Thomé, 2012). En este sentido, se observa, en ambos casos, la existencia de un patrimonio agroalimentario ligado al territorio y con amplias posibilidades de desarrollar una oferta turística integral. En los dos casos, se destaca la importancia de generar articulaciones sociales, culturales, económicas, simbólicas, espaciales y biológicas, como una precondition para el desarrollo de productos turísticos. En los dos escenarios, se hace evidente que la capacidad de vincular productos, territorios y personas está directamente asociada con la factibilidad de los productos turísticos en el espacio rural.

Más allá de la *burbuja gastronómica* que encierra al alimento en la estrechez de las cocinas y los platos (Cáceres y Espeitx, 2010), la alimentación supone un fenómeno complejo y multidimensional. En dicha complejidad radica la posibilidad de interpretar la cultura alimentaria como un recurso turístico (Espeitx, 2004), la cual se basa en la necesidad humana de alimentar el cuerpo y el espíritu.

Quizá existan pocos rasgos tan distintivos en un territorio como su cultura agroalimentaria, la cual ve al alimento como un medio para conocer un lugar, a partir de las narrativas que explican los diferentes símbolos de la cultura, el tiempo y el espacio a partir de sus sistemas productivos. Sin embargo, no todos los alimentos representan la posibilidad de desarrollar una actividad turística entorno a ellos. La cuestión clave consiste en analizar la capacidad de asociación entre los territorios con potencial turístico (Zimmer *et al.*, 2006) y ciertos alimentos emblemáticos como propuestas turísticas. Ello implica la vinculación innovadora entre personas, lugares y territorios (Vandecandelaere *et al.*, 2009), lo cual es el objeto de análisis de los siguientes casos.

A continuación se muestra la red de vinculación, entre personas y territorios, de los alimentos tradicionales a través de las prácticas turísticas en el espacio rural (Cuadro 1).

Cuadro 1
Redes de vinculación alrededor de los alimentos emblemáticos

<i>Red</i>	<i>Elementos de vinculación</i>	<i>Nivel colectivo</i>	<i>Nivel individual</i>	<i>Funciones para el desarrollo de productos turísticos</i>
<i>Social</i>	Cohesión social, colectividades y grupos	Vida en comunidad	Pertenencia al grupo	Organización y capital Social para el desarrollo del turismo
<i>Económica</i>	Productos, sistemas productivos y mercados	Oferta-demanda	Condiciones específicas de producción-consumo	Estrategias de agregación de valor mediante los alimentos y el turismo
<i>Cultural</i>	Tradicionalidad y expresiones específicas	Expresión socio-cultural y específica	Prácticas culturales aprendidas y heredadas	Estrategias de diferenciación por indicaciones culturales
<i>Simbólica</i>	Elementos rituales con potencial significativo	Ritos y cosmovisiones	Rituales y creencias	Elementos narrativos para la articulación del producto turístico
<i>Espacial</i>	Terruño	Anclaje y representatividad del alimento	Identificación y reconocimiento de los alimentos	Confiere identidad al destino y a sus productos
<i>Biológica</i>	Ecosistemas	Flujo de energía de la naturaleza a la sociedad	Aprovechamiento y utilización de los recursos	Insumos alimentarios, recursos naturales y paisajísticos asociados

Fuente: Elaboración propia.

El cuadro anterior devela las múltiples articulaciones que emergen a partir del complejo fenómeno alimentario. Dichas articulaciones se componen de elementos de orden social, económico, simbólico, biológico, cultural y territorial. A partir de las diferentes expresiones individuales y colectivas se asumen las prácticas alimentarias, por lo que es posible recuperar su riqueza y darles el sentido de recursos turísticos, los cuales corresponden

a los deseos de originalidad, autenticidad, tipicidad y nostalgia de los segmentos de mercado atraídos por los productos altamente diferenciados (Reyes y Barrado, 2005).

A continuación se presentan los casos turísticos de la sal pre-hispánica en Zapotitlán Salinas, Puebla, México y el agroturismo ancestral en Isla de Pascua en la polinesia chilena. Ambos casos ilustran el valor turístico de dos patrimonios alimentarios milenarios, los cuales son la base y el resultado de expresiones culturales muy particulares; por tanto, se ha requerido de organización y consenso para construir una propuesta turística como estrategia de desarrollo.

Sal y turismo: crónica de una tematización inesperada

Zapotitlán de las Salinas, Puebla, es una pequeña comunidad rural de la zona centro de México; es un territorio semidesértico con un suelo pedregoso, lo que implica severas restricciones para el desarrollo productivo, sólido y diversificado. Aunado a una precaria producción agrícola y ganadera de autoconsumo, existen otros recursos como la extracción de ónix para la producción de artesanías y el ancestral sistema productivo de una peculiar sal mediterránea con más de dos mil años de historia.

Esta cuestión refleja la existencia de una competencia por los recursos que se encuentran concentrados en pocas manos. Así, la posesión de la tierra, el acceso al agua y el dominio específico e institucionalizado de oficios como el salinero determinan la relación entre los actores y los recursos. A esto se debe agregar el estatus de Zapotitlán bajo la categoría de reserva de la biosfera, lo que impone severas restricciones para las actividades productivas que se pueden desarrollar en el territorio.

La comunidad de Zapotitlán ha experimentado los efectos de la globalización –evidentes en la crisis rural–, el acaparamiento de sus productos –principalmente el ónix y la sal–, la falta de oportunidades, la pobreza de capacidades, el rezago tecnológico y la falta de infraestructuras, lo cual la ha colocado con alto índice de marginación. En este contexto, las estrategias de diversificación

productiva tienen un carácter prioritario, por lo que se percibe en el turismo una opción viable para generar actividades complementarias, cuyo objetivo es mejorar las condiciones de vida de sus habitantes.

Inicialmente, la comunidad orientó sus esfuerzos a desarrollar un proyecto de ecoturismo, el cual tenía un fuerte sesgo hacia los recursos naturales, obviando la presencia de otros elementos atractivos. Dicho proyecto tenía un nivel bajo de articulación de los recursos y actores consignados en el territorio, debido a que las posibilidades de aprovechamiento turístico seguía la tendencia a catalogar como ecoturístico todo tipo de propuestas orientadas a los espacios rurales.

La presencia de nuevos agentes en el territorio, como la consultoría Tierra y Turismo S. C., entidad especializada en el diseño de rutas alimentarias, supuso una reinterpretación de los recursos turísticos, pues derivado de un ejercicio participativo, con una conducción focalizada, se inició la experiencia de un turismo agroalimentario, en el que la sal prehispánica era el elemento focal, debido a su presencia histórica, su importancia económica, la sustentabilidad del planteamiento –una actividad productiva ya existente y el aprovechamiento de las infraestructuras–, la capacidad de congregar a otros actores y el potencial que representa para un turismo crecientemente diferenciado (Renard y Thomé, 2010).

La propuesta de una sinergia entre sal y turismo buscaba posicionar estratégicamente este peculiar producto, al mismo tiempo que se intentaba crear efectos positivos a nivel social, mediante la integración productiva de actores excluidos anteriormente. De tal forma, la sal milenaria en Zapotitlán suponía un elemento clave para el desarrollo del turismo, a través del cual era posible tematizar una ruta única en México, lo cual le confería un alto valor agregado. Ello significaba apenas el inicio del proceso, pues la sal prehispánica no constituía una experiencia de turismo rural por sí misma, era necesario pensar en las articulaciones entre los espacios, los actores y los recursos para plantear el diseño de un producto turístico integral y de calidad, cuyo objetivo fundamental fuese el desarrollo endógeno.

Uno de los precedentes más importantes para el desarrollo del turismo agroalimentario en Zapotitlán es la presencia de una sólida organización comunitaria que respalde al turismo, lo cual requiere de coordinación y consenso entre los actores. En esta comunidad, la organización surge como una necesidad para enfrentar los efectos de la migración masculina hacia Estados Unidos de Norteamérica, lo cual conduce a crear fuertes lazos entre las mujeres vinculadas en proyectos productivos.

Esta organización local genera vínculos con otros grupos con intereses comunes, tal es el caso del grupo de mujeres de Zapotitlán y la Red Nacional de Mujeres Rurales (Renamur). El surgimiento de la ruta alimentaria en Zapotitlán se explica, en gran medida, a partir de la relación entre la ONG y la comunidad, pues ello implica el despliegue de capitales económicos y sociales que posibilitan el acceso a los servicios especializados de una consultoría.

La ruta de la sal prehispánica ilustra, de manera clara, los beneficios que puede generar la actividad turística en contextos con escasas opciones productivas. Pese al reconocimiento de dichos beneficios, es posible percibir que la estrategia se implementó enfocándose en las necesidades del grupo de mujeres que impulsaron la iniciativa, lo que produjo la falta de integración de los salineros en el proyecto turístico. Lo anterior resulta paradójico, pues el diseño de una ruta, que tiene como eje la sal prehispánica de Zapotitlán, no integró la perspectiva de los salineros como actores clave para el desarrollo de la propuesta, lo que posteriormente originó tensiones por los recursos locales. Igualmente, resulta relevante considerar que al ser el turismo una sinergia entre productos y servicios de naturaleza muy diversa, el diseño debía mostrar una perspectiva integral e incluyente.

El primer elemento a considerar, en el desarrollo de este proyecto, son las vinculaciones entre el grupo de mujeres de Zapotitlán y una entidad impulsora del turismo, lo cual ha permitido desarrollar relaciones con entidades especializadas para el diseño de un producto turístico altamente diferenciado. Por otra parte, esta cuestión ha posibilitado acercarse a las instituciones

gubernamentales para acceder a los recursos orientados al desarrollo de proyectos. Ello muestra la importancia que el capital social tiene como elemento para el diseño de productos turísticos agroalimentarios. Paradójicamente, el capital social, construido entre las mujeres organizadas para enfrentar la migración masculina, supone una polarización con los depositarios de sal prehispánica, lo cual señala las limitaciones en la inclusión de los actores clave para la propuesta turística.

El análisis de los recursos turísticos debe someterse a una evaluación:

- a) ¿Qué grupo es el depositario del patrimonio y cómo se relaciona con los otros grupos locales?
- b) ¿Quiénes aprovechan el patrimonio agroalimentario como recurso turístico? ¿Qué recursos son necesarios para esta reinterpretación productiva? ¿Qué nuevas relaciones de poder se generan entre los actores correlacionados por la actividad turística?
- c) ¿Qué significados tradicionales y nuevos se movilizan a partir de la actividad turística?
- d) ¿Con qué otros recursos estratégicos se conecta el recurso agroalimentario para constituirse en producto turístico? ¿Qué relaciones entre actores son necesarias para llegar a los objetivos de la propuesta turística?

Los recursos agroalimentarios son, simultáneamente, recursos materiales y simbólicos construidos socialmente. Ello implica relaciones entre los diversos actores, las cuales han sido escasamente analizadas en los procesos de diseño y planificación de productos turísticos agroalimentarios.

A continuación se analizan ciertas similitudes en los procesos de articulación sociocultural de este espacio semidesértico en el centro de México con otro escenario que puede ser considerado el rincón más alejado del planeta.

Agroturismo ancestral en la Isla de Pascua: nuevas interpretaciones de los recursos territoriales

Rapa Nui o la Isla de Pascua es un pequeño, pero llamativo, punto insular en la polinesia chilena. Se ha consolidado como un destino exótico para viajeros experimentados y su principal atractivo se basa en el enigma que rodea a los moái, monolitos de piedra que representan figuras antropomórficas, considerados vigilantes atemporales en los confines de la isla.

Se trata de una isla situada en medio del océano Pacífico, considerada el espacio insular más equidistante de cualquier porción continental en el planeta Tierra, cuya principal actividad económica es el turismo proveniente, en su mayoría, de América del Sur, Norteamérica y Europa (Takatu, 2010).

En este sentido, se puede considerar un destino consolidado que se opera a partir del manejo de los recursos locales de un grupo reducido de actores, cuyo principal elemento de cohesión es la identidad, derivada de su pertenencia a la etnia Rapa Nui. Pese a ello, este grupo enfrenta las presiones paradójicas del mundo global, que buscan productos singulares y altamente diferenciados, lo cual pone al patrimonio insular entre una banalización mercantil de los recursos locales y la gestión patrimonial de baluartes con alto contenido simbólico.

El mecanismo que garantiza la llegada de turistas a la isla está íntimamente relacionado con la llegada de vuelos chárter, que canalizan flujos turísticos hacia los actores mejor posicionados, los cuales son algunos prestadores de servicios acaudalados que constituyen una reducida oligarquía local. Ello indica la necesidad de generar esquemas que integren y beneficien directamente a la etnia Rapa Nui y su cultura –principal motivo de viaje a la isla–, aunado a la necesidad de rescatar la producción agrícola local en un contexto insular, en el que garantizar la existencia de alimentos es una cuestión prioritaria (Pérez, 2007).

Tal es el caso de los jardines de piedra –método agrícola basado en la inserción de piedras volcánicas en el sustrato para evitar la erosión– (Ramírez, 2008), en cuya puesta en valor, a través del

turismo, se han interesado la Ilustre Municipalidad de la Isla de Pascua en conjunto con el Banco Interamericano de Desarrollo. Paralelamente, la Oficina de Ciencia y Técnica (OCyT), asentada en Isla de Pascua, ha incidido en la conformación de diversos emprendimientos de agroturismo ancestral, entre los que destaca el alojamiento He Ariki (el rey), agroturismo Keu Henua y turismo gastronómico Kon Tutti, cuya oferta busca diversificar el producto turístico de la zona mediante la recuperación de la producción agrícola tradicional en jardines de piedra, la pesca indígena y los saberes culinarios locales.

El planteamiento central de este proyecto radica en la posibilidad de aprovechar la afluencia de los visitantes de la isla para ofertarles experiencias turísticas asociadas con las formas de agricultura ancestral y la cocina tradicional Rapa Nui, con lo que se podría promover una estrategia de desarrollo basada en el turismo, así como aportar elementos para promover la agricultura, la cual es una acción prioritaria para la seguridad alimentaria de este territorio insular.

Los propietarios de los predios agrícolas y los jardines de piedra han mostrado interés por nuevas modalidades de turismo, integrando estos recursos a sus alojamientos de manera organizada, con la intención de conformar un bloque de servicios turísticos diferenciados, a partir de la asociación precaria entre algunos pequeños emprendimientos que convergen temáticamente alrededor del alimento.

Pese a los esfuerzos para el impulso del agroturismo ancestral en la Isla de Pascua, han existido severas dificultades para su implementación como una modalidad turística consolidada. Un factor altamente restrictivo para el desarrollo de esta iniciativa es la falta de capacidades para la construcción y el diseño de experiencias turísticas de alta calidad, lo que se traduce en una descoordinación entre los actores que luchan por sobrevivir en un entorno turístico altamente competitivo.

Este escenario comparte elementos comunes con el caso expuesto anteriormente. En primer término, se puede apreciar que la existencia de un grupo de agricultores y prestadores de servicios,

medianamente organizados, son quienes detonan el proceso de diseño de una experiencia turística basada en alimentos. Ello es posible debido a la existencia de un patrimonio agroalimentario, que, en este caso, no se refiere a un producto en concreto, sino a un método agrícola ancestral que se conecta con una variada gama de expresiones gastronómicas, las cuales sirven para reconocer los espacios acuáticos y terrestres de la isla.

Igualmente, se observan problemáticas respecto a las tensiones sociales y políticas que se generan alrededor del patrimonio agroalimentario. De este modo, se percibe que la puesta en valor de los alimentos, como recursos turísticos, supone la capacidad de transformación de los sistemas productivos a través del despliegue de capitales económicos y simbólicos intercambiables (Bourdieu, 2004), lo cual implica correlaciones de poder los alimentos tradicionales.

Lo anterior, nos lleva a la cuestión sobre quiénes y de qué forma se apropian los valores materiales y simbólicos de los productos agroalimentarios, lo cual significa que los análisis propuestos deberían tener un carácter de orden estructural y sistémico (Jiménez, 2005), a través del cual se puedan reconocer las conexiones específicas entre actores, recursos y territorios. Dada la especificidad del turismo rural, se requiere de múltiples disciplinas que permitan una profunda comprensión de las dinámicas socio-culturales de las comunidades, así como teorías del desarrollo y aspectos especializados de turismo. En este sentido, los problemas comunes, en escenarios contrastantes, permiten pensar el nivel de especialización con el que deberían abordarse los productos del turismo agroalimentario, como una actividad, relativamente, nueva pero fuertemente arraigada a la tierra.

Resultados

A partir del análisis de los datos obtenidos en los dos escenarios analizados es posible establecer algunos puntos de encuentro, los cuales ayudan a comprender el carácter global de las nuevas actividades en el medio rural. De acuerdo con ello, es posible es-

tablecer articulaciones específicas y necesarias para el desarrollo de productos turísticos basados en alimentos emblemáticos.

- a. Se pudo determinar que el punto de partida, de ambas iniciativas de turismo agroalimentario, fue la existencia de productos emblemáticos que, en algún sentido, definen al territorio; en ambos casos, se trataba de productos con una considerable profundidad histórica. En el caso de la sal, su antigüedad se extiende hasta dos mil años, con un saber claramente identificado, así como con características organolépticas especiales que constituyen importantes elementos de diferenciación.
- b. En ambos casos se trata de actividades importantes para las economías locales, lo que los posiciona como lugares centrales en los discursos turísticos. También, se hace referencia a la diversificación de actividades ya existentes y al aprovechamiento creativo de recursos ociosos, lo que supone una aproximación sustentable al desarrollo local. Estos alimentos emblemáticos, al estar conectados a otros sistemas agroalimentarios más complejos, dan la posibilidad de congregar a más actores alrededor del turismo.
- c. La iniciativa parte de la existencia de un capital social acumulado en ambos casos, lo cual daría soporte a las propuestas planteadas. Este capital, en el caso de Zapotitlán, se refiere a un grupo de mujeres incitadas a organizarse y actuar colectivamente, debido a los procesos de migración y feminización del campo. Por su parte, en la Isla de Pascua, los grupos organizados son pequeños productores agrícolas que se encuentran en la búsqueda de nuevas opciones productivas que les permitan incrementar las ganancias de sus actividades. Así, los procesos de revaloración del patrimonio local corresponden al conjunto de condiciones necesarias para la apropiación sociocultural, en las que se reconozcan las relaciones sociales, económicas y políticas de los recursos locales, más allá de su tradicional evaluación turística. Ello se traduce en una capacidad de coordinación, consenso y participación que, en ambos

- casos, muestra ciertos niveles de ambigüedad derivados del proceso de construcción.
- d. En ambos casos, es perceptible la acción de agentes promotores del turismo que, tanto en la ruta de la sal como en el agroturismo ancestral de Isla de Pascua, se refieren a la acción conjunta de organizaciones no gubernamentales, las cuales toman un papel de gestores y administradores de recursos; por su parte, el gobierno es el canalizador de recursos materiales, como estrategia de política pública que persigue objetivos vinculados al desarrollo rural.
 - e. La vinculación con agentes especializados, con capacidades para la reinterpretación turística de los alimentos locales, es un elemento indispensable para el desarrollo de propuestas originales, que rompan con la inercia de las visiones convencionales sobre realizar “ecoturismo” en los espacios rurales. Por el contrario, la experiencia de los especialistas en turismo agroalimentario permite expresar una de las formas más idóneas de ocio en el campo, el cual transcurre entre la tierra y el plato.

La lectura realizada sobre las dos experiencias de puesta en valor del patrimonio agroalimentario, a través del turismo, llevan a reflexionar acerca de las múltiples interacciones que emergen a partir del binomio entre alimentos y viajes. Lo anterior no es un tema menor, pues indica que la factibilidad para generar productos turísticos, basados en alimentos auténticos, tiene una estrecha relación con la capacidad de crear vínculos claros entre actores, recursos y territorios, ya que se puede entender al turismo como una actividad sistemática y articuladora.

En estos términos, el turismo agroalimentario supone procesos de planificación y evaluación, cuya eficacia parte de la asociación entre el recurso focal –alimento, tema del producto turístico– con otros atractivos que enriquezcan la experiencia. Igualmente, existen otros aspectos de gran importancia como la posición geográfica estratégica del turismo, el conocimiento de la historia, las relaciones sociales del recurso, su representatividad territorial y un posicionamiento favorable en el mercado.

Un alimento auténtico no suscita interés turístico por sí mismo, se requiere crear una serie de conexiones sociales, económicas y organizativas en elementos dispersos para transformar el producto de viajes. Para ello es indispensable reconocer los referentes identitarios que representan al territorio, construir sistemas temáticos y activar una cadena de valor turístico a través de un trabajo organizativo y articulado con un objetivo claro: el diseño de una experiencia auténtica y la detonación de un proceso de desarrollo.

Un diagnóstico primario muestra las posibilidades que tienen ciertos escenarios para aprovechar su patrimonio alimentario turísticamente, pero una cuestión visible es que todo debe construirse desde la sociedad y con innumerables conexiones que implican el despliegue de los capitales rurales, la capacidad creativa y el desarrollo de nuevas competencias especializadas.

Conclusiones

El desarrollo del turismo agroalimentario, en los dos escenarios proyectados, es el resultado de la confluencia de los factores que impulsan o limitan el diseño de una experiencia turística diferenciada. Ello expresa la necesidad de planificar y crear articulaciones para conformar estados de desarrollo deseados y compartidos en el seno de las comunidades. Las relaciones de la comunidad rural con el ámbito externo (gobierno, sociedad civil, mercado y agentes especializados) constituyen un *capital social* que permite la gestión de recursos económicos y la vinculación con agentes clave para impulsar las primeras etapas de estos proyectos.

El impulso de estos dos productos turísticos requirió de un fuerte trabajo participativo en el que se tuvo que ordenar, clasificar y categorizar los recursos locales de cara al turismo. Ello ha correspondido con la apertura de las comunidades hacia procesos de conducción para desarrollar una oferta turística básica y para el diseño de productos turísticos especializados.

Los resultados, que hasta este punto se pueden distinguir, muestran que los dos casos analizados guardan un estado de

desarrollo aún incipiente, pero ello, lejos de constituir una crítica a los trabajos realizados, lleva a reflexionar sobre las dificultades que conllevan los proyectos estratégicos e innovadores, los cuales no tienen un financiamiento adecuado ni un soporte institucional suficiente para su complejidad y los diversos requerimientos. En general, puede pensarse que son mayores los beneficios de la actividad que los juicios negativos, pues ello ha sido el punto de partida de las estrategias colectivas de apropiación del territorio. Algunos aspectos sustantivos, para el diseño de experiencias innovadoras de turismo agroalimentario, son las redes sociales y la activación de mecanismos de apropiación patrimonial percibidos como estrategias para la creación de empleos (Klein *et al.*, 2003).

En los dos escenarios es perceptible una transformación en la estructura demográfica y generacional, ocasionada por las presiones económicas y asociada con una creciente feminización del campo (Fontecilla y Córdova, 2009). Esto repercute en un protagonismo de las mujeres y los jóvenes rurales, quienes inicialmente se vinculan con servicios de alojamiento, alimentación y actividades complementarias, lo cual genera tensiones alrededor de los proyectos turísticos, pues suelen existir conflictos sobre el uso y acceso a los recursos locales, asociados con posturas conservadoras para mantener el *statu quo* de los grupos mejor posicionados. Ello sugiere la importancia de que en los proyectos turísticos se consideren los espacios de diálogo, negociación e integración entre géneros y generaciones.

Las problemáticas expresadas anteriormente no sólo responden a los problemas de orden sociológico, sino a la falta de agentes altamente especializados en el desarrollo de este tipo de estrategias y una carencia de tipo metodológica para la operación de los proyectos de turismo agroalimentario. Se requiere un balance adecuado de los organismos impulsores, los especialistas y las comunidades en los puntos críticos respecto a los recursos locales.

Así, el diseño de experiencias turísticas innovadoras, en los dos escenarios planteados, se asocia con los recursos agro-

limentarios singulares y exóticos, con profundidad histórica y arraigados a las prácticas socioculturales ancestrales mediante sistemas culinarios singulares. El aprovechamiento turístico de este tipo de recursos supone procesos de análisis, planificación y diseño por parte de la comunidad, las instituciones impulsoras y los agentes especializados. En estos términos, el turismo agroalimentario puede ser una opción de desarrollo acorde con los cambios en la estructura sociodemográfica, al mismo tiempo que puede constituir un canal de inversión en el territorio y una fuente de empleo.

Las políticas actuales para la gestión de los espacios rurales favorecen el desarrollo de actividades turísticas y brindan la oportunidad de atraer recursos para estos proyectos, así como la creciente valorización de los alimentos emblemáticos y la necesidad de conocer las gastronomías locales. La proximidad entre la producción de alimentos poco convencionales y los centros de distribución de flujos turísticos aporta una ventaja comparativa para posicionarse como productos turísticos innovadores. Ello implica pensar en la necesidad de desarrollar metodologías para el diseño de experiencias turísticas que superen las visiones parciales y, por tanto, se desarrollen como enfoques integrales del espacio turístico. Esto supone una habilidad social para transformar la realidad, la cual se construye mediante procesos de innovación que impactan el ámbito político, económico, cultural y técnico.

Entre estos nuevos temas, lugares y actividades de reinención de experiencias de turismo rural se encuentra la posibilidad de integrar a las cocinas tradicionales como un elemento creador de alteridad y exotismo, con lo cual se fomenta nuevas coordenadas en la relación campo-ciudad. El turismo rural es una categoría que se reinventa continuamente y el proceso de construcción, para lo cual se propone trabajar metodológicamente para detectar el patrimonio rural y sus tensiones sociales, formar una masa crítica y sensible ante las transformaciones productivas derivadas del turismo, buscar la participación de los sectores involucrados y generar formas de organización a través de una acción responsable

y comprometida, mediante las entidades impulsoras y los actores especializados que promueven el turismo rural.

Referencias

- Bourdieu (2004). *Cosas Dichas*. España: Gedisa.
- Cáceres y Espeitx (2010). *Comensales, consumidores y ciudadanos. Una perspectiva sobre los múltiples significados de la alimentación en el siglo XXI*. España: Montesinos.
- Cartón de Grammont, H. (2004). "La nueva ruralidad en América Latina", en *Revista Mexicana de Sociología*, vol. 66, pp. 279-300. México: UNAM.
- Espeitx (2004). "Patrimonio alimentario y turismo. Una relación singular", *Pasos, Revista de turismo y patrimonio cultural*, vol. 2, núm. 2, pp. 193-213.
- Fontecilla y Córdova (2009). "Migración internacional y empoderamiento femenino en el manejo de recursos naturales en el centro de Veracruz", *Revista Sociedades rurales, producción y medio ambiente*, vol. 9, núm. 18. México: Universidad Autónoma Metropolitana.
- Jiménez (2005). *Una aproximación a la conceptualización del turismo desde la teoría general de sistemas*. México: Porrúa.
- Klein et al. (2003). "Mundialización, acción colectiva e iniciativa local en la reconversión de Montreal", *EURE*, vol. 29, núm. 86. Santiago, Chile.
- Morère (2006). "Turismo e historia: formación e información en el turismo. Un estado de la cuestión", *Revista de análisis turístico*, núm. 2, pp. 86-102.
- Pérez (2007). *Bases geográficas para el desarrollo agrícola en Isla de Pascua*. Universidad de Chile.
- Phillmore y Goodson (2004) *Qualitative research in tourism ontologies, epistemologies and methodologies*. Londres: Routledge.
- Ramírez (2008). *Rapa Nui, el ombligo del mundo*. Chile: Morgan Impresores.
- Renard y Thomé (2010). "La Ruta de la sal prehispánica. Patrimonio alimentario, cultural y turismo rural en Zapotitlán de

- las Salinas Puebla, México”, *EAAE-SYAL Seminar*. Facultad de Economía, Universidad de Parma, Italia.
- Reyes y Barrado (2005). “Nuevas tendencias en el desarrollo de destinos turísticos: marcos conceptuales y operativos para su planificación y gestión”, *Cuadernos de Turismo*, núm. 15, pp. 27-43. España.
- Sancho y García (2006). “¿Qué indica un indicador? Análisis comparativo en los destinos turístico”, *Revista de análisis turístico*, núm. 2, pp. 65-85.
- Takatu (2010). *Boletín turístico de Sernatur*. Chile.
- Thomé (2012). *Un grano de sal: Aportaciones del turismo agroalimentario al desarrollo rural. El caso de la sal prehispánica de Zapotitlán Salinas, Puebla, México*. Tesis doctoral. México: Universidad Autónoma Chapingo.
- Vandecandelaere et al. (2009). *Linking people, places and products. A guide for promoting quality linked to geographical origin and sustainable Geographical Indications*. Italia: FAO, Siner Gi.
- Zimmer (2006). *Evaluar el potencial turístico de un territorio*. Extremadura, España: Seminario LEADER.