

Performancia y fractalización como herramientas de metabolización de los espacios rurales. El caso de la Ruta del Queso y el Vino de Querétaro.

THOME-ORTIZ, HUMBERTO, VIZCARRA BORDI, IVONNE y ESPINOZA ORTEGA, ANGELICA.

Cita:

THOME-ORTIZ, HUMBERTO, VIZCARRA BORDI, IVONNE y ESPINOZA ORTEGA, ANGELICA (2015). *Performancia y fractalización como herramientas de metabolización de los espacios rurales. El caso de la Ruta del Queso y el Vino de Querétaro. Spanish Journal of Rural Development*, 6 (1), 29-44.

Dirección estable: <https://www.aacademica.org/humberto.thome.ortiz/9>

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



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>.

Performancia y fractalización como herramientas de metabolización de los espacios rurales. El caso de la Ruta del Queso y el Vino de Querétaro

Thomé, H.*, Vizcarra, I., Espinoza, A.

Instituto de Ciencias Agropecuarias y Rurales, Universidad Autónoma del Estado de México

*Corresponding author: humbertothome@hotmail.com

Received: 27 February 2015

Accepted: 23 April 2015

Abstract

Short title: Fractals and performance as activation mechanisms for agrifood tourism

This research was based on a study case approach that analyzed the mechanisms used in the implementation of tourism in a cheese and wine producing area in central Mexico. This ethnographic study was conducted in thirteen establishments belonging to the Queretaro Cheese a Wine Route. Fractal theory and performance theory were used to detect territorial appropriation mechanisms; these ones are associated with rural spaces reproduction and performance of traditional activities, which have been adapted to tourism. We concluded that the ability to transform the space for developing tourism activities is associated with the possession of certain resources, so that the benefits of tourism are distributed asymmetrically and its effectiveness as rural development strategy is ambivalent.

Keywords: Agrifood tourism, performance, fractals, social metabolism

Resumen

Título corto: Fractales y performance en la activación del turismo agroalimentario

El presente trabajo es un estudio de caso que analiza los mecanismos usados en la implementación del turismo en una zona productora quesos y vinos en el centro de México. Para ello se desarrolló un estudio etnográfico en trece establecimientos pertenecientes a la Ruta del Queso y el Vino de Querétaro. A través de la teoría de fractales y la teoría de la performance se detectaron mecanismos de apropiación territorial, asociados con la reproducción y la representación del espacio rural, para recrear unidades funcionales al turismo. Se concluye que la capacidad de transformar el espacio para el desarrollo de actividades turísticas está asociada con la posesión de capitales, por lo que los beneficios del turismo se distribuyen de manera asimétrica y su eficacia como estrategia de desarrollo es ambivalente.

Palabras clave: Turismo agroalimentario, performance, fractales, metabolismo social

1. Introducción

La representación estética y la multiplicación fractal son mecanismos ampliamente empleados para el desarrollo de productos y servicios, que responden a las necesidades de un consumo que

demanda infinitas variaciones sobre patrones de consumo medianamente similares. Así, es posible encontrar un mismo producto en múltiples representaciones que se reinventan, a la velocidad de la dinámica de acumulación del capital, lo que

podría entenderse como la naturaleza fractal de los procesos de globalización (Morales, 2006).

Representación estética y multiplicación fractal, han sido fenómenos ampliamente estudiados al interior de los medios masivos de comunicación como estrategias de intermediación estética en los procesos de producción y consumo (Calabrese, 1999). Sin embargo, son categorías que han sido escasamente analizadas en otros planos, aunque igualmente se recurra a ellas tanto en un producto agroindustrial de circulación global como en la iniciativa local que busca la mejora en las condiciones de vida de una pequeña comunidad rural.

Las políticas de la denominada “*Nueva Ruralidad*”, han difundido de manera sistemática la importancia de la *pluriactividad* de los agentes rurales y la *multifuncionalidad* del territorio, como condiciones necesarias para mejorar las condiciones de vida de los habitantes del campo (Hernández y Meza, 2006).

Por su parte, la pluriactividad presupone que los actores rurales asuman otros roles además de aquellos que venían desarrollando tradicionalmente, lo que implica que estos actores tengan que efectuar *nuevas representaciones* de cara a una ruralidad cambiante. En otro sentido, la multifuncionalidad del territorio, indica una acción estratégica a partir de la cual el territorio es la base material para una gran diversidad de actividades de van desde la producción primaria hasta los servicios, con sus consecuentes necesidades de ordenamiento y zonificación.

De manera específica, el turismo rural es una de las actividades que más ha incidido en los procesos de transformación del campo, a partir de las orientaciones de la pluriactividad de actores y la multifuncionalidad de territorios.

De acuerdo con lo anterior, el presente trabajo evalúa las estrategias de desarrollo local construidas desde la activación de una ruta agroalimentaria, para ello se emplean las categorías analíticas de *performancia* y *fractalización* como estrategias clave en los procesos de *apropiación*, *reinterpretación* y *revalorización* de los recursos rurales.

1.1 La metabolización del espacio rural a través del turismo agroalimentario

El turismo en el espacio rural es una actividad de naturaleza económica, que funciona a partir de mecanismos de *interpretación* y *apropiación* de los recursos locales. Con ello, se conforman productos y servicios turísticos diferenciados, que responden a necesidades específicas de las sociedades urbanas, en el contexto de la globalización.

La articulación entre alimentos y turismo permite retomar el modelo de *metabolismo social* de Toledo y González de Molina (2007). En este sentido, se puede entender al turismo rural como una *forma específica de metabolizar* los productos locales, que aterriza sobre el eje material y simbólico del *alimento como bien cultural de una notable densidad*.

El modelo de Toledo y González de Molina (2007) reconstruye una serie de relaciones que se dan entre la sociedad y la naturaleza, a partir de las cuales los intercambios energéticos entre sujetos y objetos son posibles. Este modelo, opera mediante mecanismos de: *Apropiación, Transformación, Distribución, Consumo y Excreción (ATDCE)*, lo que permite la trazabilidad del proceso que existe entre la obtención de recursos de la naturaleza, sus transformaciones y usos dentro de la estructura social y su retorno a la naturaleza como residuos.

Ciertamente, el turismo agroalimentario refiere una expresión ilustrativa de cómo la sociedad metaboliza los recursos rurales. Ello implica que la revaloración de los alimentos auténticos rebasa el carácter estrictamente biológico de la comida, y plantea las múltiples dimensiones del alimento, como elemento nutricional de los cuerpos, *individuales y sociales*, en aspectos tanto *materiales como simbólicos*.

La metáfora del metabolismo resulta en extremo colorida, pues aborda al turismo como una forma de metabolizar alimentos emblemáticos, lo cual pone de relieve nuevas formas de asimilar al alimento tanto en un plano material como simbólico. El alimento excede su dimensión primaria como recurso base para la subsistencia y se transforma en servicio, lo cual está relacionado con las tendencias de consumo de las sociedades urbanas que adquieren niveles crecientes de sofisticación, que responden al reacomodo de la lógica capitalista, fuertemente orientada a la estética (Lipovetsky y Serroy, 2013).

La puesta en valor de los capitales rurales como recursos turísticos, implica una *vinculación de recursos, territorios, actores y productos*. Ello acontece tanto en los niveles materiales como en los simbólicos, con lo que se construye una oferta de bienes y servicios, que responde a las *necesidades y deseos* de nichos de mercado claramente identificados.

A pesar de la utilidad teórico metodológica que nos aporta el enfoque de Toledo y Molina (2007) para explicar la manera en que la sociedad metaboliza los recursos rurales a través del turismo, la propia naturaleza de la actividad nos lleva a salir del espectro material de la discusión e incursionar en la dimensión simbólica que tienen las relaciones de intercambio entre el ser humano y su entorno.

La primera forma de apropiación de los recursos locales se produce en un sentido material a partir de las actividades primarias y de transformación. En el caso de la apropiación turística del patrimonio se percibe un proceso de *meta – apropiación*, lo cual se refiere a las formas de uso y posesión de las cualidades simbólicas asociadas a los recursos rurales, que previamente han sido apropiados a partir de prácticas productivas tradicionales.

De acuerdo con lo anterior, surge la inquietud acerca de las formas específicas en que se desarrolla esta meta – apropiación simbólica de los recursos rurales a través del turismo. Para ello, recurrimos a la teoría de fractales (Mandelbrot, 1982; Bransley, 1993; Jurgens et. al., 1992) y la teoría de la performance (Goofman, 1993), pues en ellas destaca el potencial explicativo de la fractalización y la performance, que sin ningún tipo de forzamiento teórico, ilustran mecanismos específicos de instauración de las “*nuevas*” actividades en el medio rural.

1.2 La performance, construcción de escenarios para la representación turística

El turismo es una actividad performativa por definición, puesto que es un fenómeno que se origina a partir de múltiples y convergentes actos de representación, que apelan a los imaginarios colectivos desplegados alrededor de un destino. Ello significa que la construcción de destinos de turismo rural tiene una estrecha relación con la habilidad (no convencional en el medio rural) de representar una realidad reinterpretada para fines de ocio, descanso y aprendizaje.

En el caso del turismo agroalimentario, el patrimonio cultural y la identidad se presentan mediante elementos escénicos y rituales, que obedecen a una hibridación cultural (García-Canclini, 1989), la cual es una respuesta a la necesidad, fundamentalmente económica, de reinventar fragmentos del espacio rural que suscitan algún tipo de interés turístico.

El turismo coloca a los recursos rurales y sus componentes simbólicos dentro de una *lógica de mercado*, lo cual motiva su representación como nuevos elementos híbridos y polisémicos, que satisfacen las necesidades de ocio y recreación de una sociedad hambrienta de expresiones “auténticas” (Espeitx, 1996).

El caso de las rutas agroalimentarias ilustra un tipo de relación entre el campo y la ciudad, en la que el objeto de intercambio central es la relación intercultural de dos ámbitos con grandes disonancias (Carmona, 2002). Ello somete los recursos locales a los efectos de las influencias externas, que incorporan nuevos lenguajes, estilos y técnicas en la producción de bienes y servicios. Lo que supone poner los recursos rurales en una

nueva escala de valor, creando nuevos sentidos y significados.

La performance de los recursos rurales para construir productos turísticos supone la emergencia de nuevos elementos que no existían en las actividades tradicionales, al mismo tiempo que hace referencia a la temporalidad entre una representación para el visitante y el desarrollo de la cotidianidad productiva y festiva para la comunidad. Ello supone la creación de espacios flexibles que permitan una concertación continua entre los intereses que divergen y convergen a partir del turismo, que no están libres de una banalización del patrimonio local (Santana, 1997)

La estilización de los recursos rurales, cumple una función que posibilita la convivencia intercultural (Simmel, 2006), mediante la homogeneización de ciertos patrones, que inciden en la occidentalización de los ámbitos rurales. Es un mecanismo de socialización en una relación comercial, que a partir de la escenificación, permite articular las prácticas turísticas entre anfitriones y visitantes mediante un ambiente estabilizador entre las necesidades, usualmente divergentes, de los ámbitos rural y urbano. Ello, no necesariamente se juzga en términos negativos pues el acto performativo se convierte en una práctica social, en la que la representación de la identidad sigue un fin específico, siempre y cuando refleje las legítimas aspiraciones de la comunidad que se inserta en las prácticas turísticas como estrategia de desarrollo endógeno (Garofoli, 1992).

Así, la activación turística del campo obedece a la incorporación de una dramaturgia y de un nuevo lenguaje. Esto, construye continuidades entre la performance y la vida cotidiana, en donde el turismo y las actividades tradicionales son espacios liminales entre la realidad de la vida cotidiana y la narrativa del turismo.

El caso de las rutas agroalimentarias ilustra la manera en que el territorio juega muchos papeles de acuerdo a funciones claramente delimitadas. Simultáneamente, se expresa como *tejido productivo, espacio ritual, memoria colectiva, escenario turístico y estructura social*, lo que alude a las tendencias globales de multifuncionalidad del espacio y la pluriactividad de los actores como estrategias económicas (Atance y Tió, 2000)

La performance turística del espacio rural, se construye con base en una identidad local claramente diferenciada, pero la adorna, la remodela y cuenta historias alrededor de los bienes y servicios que existen en un espacio determinado (Schechner, 2003). En estos términos, se afirma que estas estrategias corresponden con una tendencia de sofisticación de la realidad, que

también es perceptible en la tecnologización de los procesos productivos, la terciarización del medio rural y la resignificación de los sistemas agroalimentarios, por citar algunos ejemplos.

Lo anterior, supone la revitalización del problema del patrimonio cultural y sus prácticas concretas (Rotman: 2003; 2006), así como la dialéctica entre la tradición y la transformación como dos ámbitos que coexisten en el mundo contemporáneo. El papel del campesino de cara al turismo rural (Thomé, 2008) nos lleva a pensar en su posible configuración como clase objeto (Bourdieu, 2003), al mismo tiempo que su incorporación en el turismo le confiere un rol diferenciador en la vida cotidiana, a partir de una práctica, que le otorga un nuevo estatus en las dinámicas productivas locales.

De la misma manera en que no se puede negar el eventual carácter pernicioso de ciertas prácticas turísticas, tampoco se puede negar el dinamismo de la cultura en el que innovación y creatividad suponen la posibilidad de reinventar los sistemas productivos como mecanismos de activación territorial. Ello indica la relevancia de *atender las formas de apropiación del territorio y las articulaciones entre los actores que participan en el proceso*, para poder evaluar su nivel de eficacia como estrategia de desarrollo.

No es fortuita la elección de las categorías de performance y fractalización como unidades analíticas del turismo rural. Ambas expresan tendencias en las dinámicas de producción y consumo de naturaleza altamente interactiva, la cual es especialmente valorada por el perfil del consumidor contemporáneo, que busca la transitoriedad y el cambio situacional como experiencia de compra (Burns, 1999).

1.3 La fractalización, mecanismos de fragmentación y alteración del espacio turístico rural

A la práctica performativa de la interpretación turística del espacio rural, corresponden las estrategias de fractalización del territorio. Ello se refiere a mecanismos de iteración y reproducibilidad de los sistemas productivos de alimentos emblemáticos, en escalas que reducen su universo retórico y semiológico original, a pequeños fragmentos convertidos en unidades comerciales de turismo.

La geometría fractal, aplicada a las rutas agroalimentarias, describe un mecanismo específico de apropiación, uso y modificación del espacio rural. Esto consiste en la aplicación de funciones iteradas (repeticiones a escala) sobre un producto agroalimentario emblemático que es recreado, en el contexto de las relaciones emergentes entre el mundo rural y urbano.

Lo anterior, es posible a través de la reinterpretación de los recursos locales, mediante su reproducción a escala y diferentes tipos de distorsión de su estado natural, con lo cual se generan adaptaciones de apariencia y funcionalidad de pequeños fragmentos territoriales, para poder ser consumidos por el turista.

En términos generales, las aplicaciones de la teoría de fractales (Mandelbrot, 1996; 1997) permiten reconocer la *estructura, funcionamiento y forma* de los fenómenos turísticos en el espacio rural. Ello, parte de la fractalidad que se puede aplicar a ciertos recursos rurales como mecanismos de activación territorial con implicaciones de orden teórico como experimental.

La fractalización del territorio corresponde con la conformación de un sistema de diversificación, aplicado a las funciones tradicionales de producción, transformación, distribución y consumo de un alimento emblemático, anclado a un terreno. Ello supone la instauración de una *visión geométrica del desarrollo* que irrumpe en la *morfología* convencional de las estructuras productivas, lo que se traduce en la incorporación de *nuevos lenguajes* que permiten presentar un sistema agroalimentario *postulado* a los ojos de un consumidor específico: el turista.

En estos términos, es posible pensar que el turismo agroalimentario funciona a partir de *procesos acumulativos de descomposición fractal*, alrededor de un alimento con una sólida identidad territorial, cuyos componentes básicos se modifican mediante procesos de *transformación contractiva*, en los que fragmentos selectos del territorio se convierten en representación, el paisaje diseccionado en escenario turístico y el producto alimentario se deconstruye desde diferentes ángulos materiales y simbólicos.

Desde este punto de vista, el concepto de *autosemejanza* explica la propiedad en la que ciertos patrones son reproducidos con cierta *similaridad* con el objeto inicial para generar nuevas funciones económicas. En el caso de las rutas agroalimentarias, las actividades y espacios presentados al viajero suelen ser representaciones a escala de algún elemento seleccionado del sistema productivo.

La fractalización de los sistemas agroalimentarios emblemáticos, igual que la de muchas otras realidades, constituye un signo estético de nuestros tiempos (Calabrese, 1999) que responde a la necesidad de reinterpretación del tejido simbólico y a la búsqueda de alternativas económicas para mejorar el nivel de vida de los habitantes rurales o en su defecto al acomodo de los actores mejor posicionados dentro del territorio.

En estos términos, se entienden las rutas agroalimentarias como respuestas socioculturales a las crisis que enfrenta el campo. En ello destaca una dinámica explicada a través del concepto de *invariancia*, en el que los sistemas agroalimentarios manifiestan una dinámica no lineal y un comportamiento caótico, a través de nuevas actividades que, paradójicamente, guardan cierto nivel de compatibilidad con el sistema original.

A pesar de que esto pareciera muy intrincado se trata de un sistema de relativa simplicidad, que funciona como metáfora de una fotocopiadora simple. El *algoritmo de las rutas agroalimentarias* parte de un dato inicial que, como un ejemplo, puede ser la producción agrícola de las vides, para lo que el espacio completo de un gran viñedo es representado en un *fragmento mínimo*, altamente *estilizado* e intermediado por una *narrativa de los procesos*, lo que da como unidad de salida un “*recorrido por los viñedos*”, siendo esta una actividad nueva, social y económicamente remunerada. El concepto de *simetría dentro de una escala*, ilustra el mecanismo de conversión de los eslabones de la cadena productiva en recursos turísticos a partir de su acotamiento espacial y discursivo.

En estos términos, las rutas agroalimentarias se construyen a partir de fractales, que se presentan como puntos fijos, en los que las actividades tradicionales son transformadas y contraídas en un espacio determinado, que supone un *trayecto físico y una perspectiva interpretativa, presentada como productos y servicios turísticos*, puestos en juego en una relación comercial determinada.

Los diferentes procesos que involucran los sistemas-producto del vino y el queso se reproducen en copias alteradas e irregulares para conformar las diferentes actividades turísticas, pero que exclusivamente son una representación de la realidad que les subyace, que a la vez son operadas por actores específicos.

La Figura 1 explica el proceso de un fractal básico en una ruta agroalimentaria, que es el indicador de una forma que puede ser muy irregular o fragmentada, que se mantiene independientemente de la escala en que sea observada. Sin embargo, tiene elementos distintivos en función de su escala (Mandelbrot, 1996).

En este sentido, es posible analizar las rutas agroalimentarias a partir de las funciones iteradas que las generan, lo que nos permite conocer las *estructuras y funciones* articuladas en las que, simultáneamente, se genera el turismo en espacios rurales. Del mismo modo, es posible *clasificar, evaluar y gestionar productos turísticos* en función de sus posibilidades de fractalidad. Con ello, intentamos señalar que este enfoque tiene

muchas posibilidades de ser aplicado en situaciones concretas.

2. Material y métodos

El presente trabajo se situó bajo el análisis de la *reorganización geográfica del ámbito rural*, donde la construcción de los espacios se convierte en un momento constitutivo de las dinámicas económicas y socioculturales en el contexto de las relaciones contemporáneas campo - ciudad.

Lo anterior, sitúa ésta investigación en el contexto del *análisis materialista histórico* (Harvey, 2003) del proyecto geopolítico del desarrollo territorial y la nueva ruralidad, motivo por el cual tiene un carácter abiertamente analítico.

En una primera fase, se desarrolló una revisión de literatura para construir el *estado del arte* acerca de la *teoría de la performance aplicada al turismo* y la *teoría de fractales aplicada a las ciencias sociales*. Con ello, se conformó un corpus teórico que sirvió de base para el desarrollo de los instrumentos de trabajo de campo y se concluyó que la fractalización sería una poderosa categoría analítica para estudiar los procesos de diversificación productiva construidos a partir del turismo rural.

En estos términos se empleó *el método cualitativo de la etnografía* (Del Rincón et. al., 1997), que a partir de la observación cuidadosa de patrones de fractalización y performance del espacio, permitieron desarrollar descripciones de alta densidad, como mecanismos de aprendizaje de las estrategias implementadas en el desarrollo de las iniciativas de turismo en el espacio rural.

Para ello se seleccionaron *ocho queserías y cinco viñedos*, a partir de los cuales se planean y diseñan el promedio del mayor número de visitas guiadas¹ dentro del producto turístico denominado “La Ruta del Queso y el Vino de Querétaro”.

En dichos establecimientos se analizaron las categorías de: a) *tema eje*; b) *funcionalidad turística*; c) *diferenciación del producto*; d) *relación ecológica*; y e) *dimensión estética*. En todos los casos se evaluaron las *dimensiones material y simbólica*, a través de las cuales se reflejan los mecanismos de apropiación de los recursos locales. Para ello, se realizó una recopilación sistemática de elementos visuales y narrativas a través de las cuales se reconstruyeron las estrategias de fractalización y performance, asociadas con mecanismos de valorización

¹ De acuerdo con datos proporcionados por el Consejo de la Ruta del Queso y el Vino A.C. (2013) en los establecimientos seleccionados se concentran el mayor número de visitas anuales, lo que da cuenta de su representatividad del resto de los establecimientos integrados en la Ruta. En otro sentido, se expresa que se visitaron todos los establecimientos que regularmente abrían al público, en el momento en que se desarrolló la investigación.

turística de los recursos rurales. Finalmente, se caracterizó a aquellos actores que están desarrollando estrategias de turismo agroalimentario, así como los capitales que están desplazando en el proceso.

Los métodos empleados fueron la *observación* detallada de cada uno de los establecimientos analizados; *dos entrevistas a profundidad* por cada establecimiento (una al propietario o encargado; y otra a un empleado); una entrevista a profundidad a un representante del Consejo De la Ruta del Queso y el Vino A.C.; y una *etnografía visual* (Cárdenas y Duarte, 2010) de los establecimientos, basada en una adaptación de la propuesta de Ribeiro (1998) que opone la teoría del montaje de Vertov con la del proceso de investigación antropológica².

De manera específica en el proceso de etnografía visual se siguieron algunos pasos concretos en etapas específicas:

Etapas 1: Correspondiente a la selección de objetos visuales que fueran representativos de la Ruta.

Etapas 2: Detección de patrones comunes entre imágenes de diferentes establecimientos y formulación de la hipótesis acerca de las estrategias de fractalización y performance como mecanismo de apropiación turística de los recursos locales.

Etapas 3: Interpretación de los puntos de vista a partir de los cuales se construyen las imágenes y verificación de las hipótesis

Etapas 4: Compilación de imágenes en narrativas visuales y construcción del sentido general de los procesos de fractalización y performance.

A continuación se presentan los principales resultados obtenidos en la investigación.

3. Resultados

El caso de la Ruta del Queso y el Vino de Querétaro permite analizar, mediante la geometría fractal, la convergencia de dos sistemas productivos, en el último eslabón de la cadena productiva, a través de formas de consumo turístico diferenciado, que se estimulan mediante el desarrollo de narrativas de la tierra a la mesa, foco de interés de los nichos especializados de consumidores urbanos (Espeitx, 2004).

Las queserías insertadas en la ruta, se presentan como un producto medianamente homogéneo, con pequeñas variaciones que les permiten

diferenciarse a partir de categorías como: *artesanal, quesos madurados, quesos frescos, quesos orgánicos, productos lácteos y dulces, quesos de oveja y vaca*. Dentro de las nueve queserías que se estudiaron existe la especialidad en la preparación de un queso específico, todas atienden en horarios acotados, bajo reservación y en espacios que dividen la producción real de la escenificación representada al turista.

En todos los casos se observa una reproducción a escala, simulación de los procesos productivos, fragmentación del espacio y citación al medio rural europeo. Las actividades ofertadas son visitas guiadas, degustación de quesos, demostración del proceso de elaboración, visita a la granja y tienda especializada.

Los establecimientos no sólo difieren en cuanto a los tipos de quesos que producen, sino también en función del grado de fractalidad y performance que presentan tanto en sus productos, como en las actividades turísticas que desarrollan. Dichos fenómenos (fractalidad y performance) se encuentran estrechamente relacionados con su capacidad de poner en valor los recursos locales como atractivos turísticos, tal como se podrá ver a continuación con las bodegas y viñedos.

En el caso de las vinícolas de la ruta se estudiaron cinco establecimientos, de los cuales la empresa transnacional Freixenet establece la pauta para crear *el algoritmo de activación territorial* a partir del principio de *turismo enológico*. Estos negocios se distinguen por la especialización en la producción de *vinos espumosos, rosados y tintos; e igualmente, algunas ofertan vinos orgánicos y productos cosméticos obtenidos de la vid*.

Sus principales actividades son: visita guiada a los viñedos, visita guiada a las cavas, visita a la zona de producción, degustación de vinos, catas, maridajes, festivales temáticos, renta de espacios para eventos sociales, charrería y tienda de vinos. Sus mecanismos son la estilización, fragmentación del espacio, citación al medio rural europeo, diversificación de funciones, simulación y zonificación entre espacios de producción y espacios de representación.

Se detectó que los principales servicios ofertados que operan en la ruta son las visitas guiadas, las degustaciones / catas y las tiendas especializadas en quesos y vinos de la región.

Las *visitas guiadas*, suelen desarrollarse en granjas demostrativas, fábricas de producción, sótanos de maduración, viñedos, bodegas o a través de los diferentes atractivos del establecimiento. Estas visitas se operan en *fragmentos* seleccionados de los espacios productivos, espacios que sufren un proceso de *estetización* y en los que se incorpora una *narrativa* del proceso productivo, del saber hacer

² Al tratarse de un análisis de las estrategias de performance y fractalización en una ruta agroalimentaria (ambos aspectos con fuerte carga estética y simbólica) las imágenes fueron un soporte de incalculable valor para detectar las acciones concretas que aquellos negocios integrados al turismo estaban desarrollando.

y la historia. Esta actividad requiere la reproducción a *escala* del proceso productivo real, el cual sufre las *alteraciones* necesarias para ser funcional al turista, e igualmente se somete a un proceso de *modelaje* en el que se debe cumplir con procedimientos y temporalidades rígidamente cronometrados. Las visitas guiadas suelen establecer espacios *liminales* o difusos entre los procesos de producción y las *escenificaciones* o *representaciones* que se construyen de cara al turista.

Las *degustaciones* y las *catas* son actividades de considerable importancia puesto que suponen elementos *interactivos* de gran valor para el turista, que funcionan a partir de la *narrativa macroscópica* y *organoléptica* de las cualidades sensoriales de los quesos y los vinos. En ellas se generan procesos de *alteración* del producto e *hibridaciones* a partir de la combinación de los quesos y vinos con otros elementos (maridajes). Regularmente, las degustaciones corresponden con un proceso de *contracción* de la experiencia alimentaria, que destaca el carácter *fragmentario* de las pruebas, lo que simultáneamente sirve como una plataforma de exhibición de ambos productos.

Las *tiendas* son un espacio de *exhibición* y *montaje* para los quesos y los vinos, en los que se muestra su dimensión *estética* mediante diferentes recursos como la *citación* a los bares europeos; la acentuación de colores, sabores y aromas. Son espacios *liminales* entre estos y otros productos que suelen hacer buena combinación en la mesa

La presencia de un patrón medianamente homogéneo en las actividades turísticas, se contrapone al nivel de fractalidad interna que representan los diferentes servicios y productos ofertados al interior de un mismo establecimiento.

La Tabla 1 muestra la distribución de los mecanismos de fractalización y performance en los diferentes establecimientos estudiados, a partir de su desarrollo en las tres principales actividades ofertadas en la ruta. Así mismo se muestra la manera en como los diferentes negocios integrados se posicionan a partir de la diferenciación en función de su especialidad en el desarrollo de productos específicos.

La *Ruta del Queso y el Vino* se compone de un entramado de vinícolas y queserías, organizadas de manera articulada para ofertar un conjunto de actividades, orientadas a las visitas guiadas, la degustación, la compra de productos y el aprendizaje gastronómico acerca del mundo del queso y el vino. Sin embargo, el concepto de ruta es cuestionable en el desarrollo de la propuesta. De acuerdo con el *Servicio Nacional de Turismo de Chile* (SERNATUR), una ruta turística constituye un producto de turismo rural estructurado, a través de una oferta organizada que

incluye atractivos, actividades, instalaciones y servicios turísticos del área (SERNATUR, 2007).

La expansión de las estrategias de fractalización hacia el entramado de bienes y servicios locales, supone un reto que aún no ha sido abordado por la *Ruta del Queso y el Vino*, lo que implica que la propuesta se perciba disociada de otras iniciativas de turismo local como la de *Pueblos Mágicos*. El objetivo es que las estrategias fractales y performativas de la ruta sean coherentes con una imagen del territorio, fuertemente identificada con el vino y el queso.

La oferta de alimentos y bebidas en los destinos donde se asienta la ruta es amplia y variada, pero paradójicamente, no existe un vínculo claro con los vinos y los quesos dentro de su propuesta gastronómica. Los establecimientos de hospedaje, no promueven la ruta, ni han desarrollado alianzas estratégicas con sus asociados. Tampoco existe una articulación entre el transporte público, el comercio y otros prestadores de servicios con el producto turístico analizado.

Lo anterior, implica un sesgo en torno a los viñedos y las queserías, que soslaya otras actividades que pudieran integrar la ruta de una forma más dinámica, para lograr un producto más atractivo, complejo y diversificado. Se presume que una mayor articulación operativa y conceptual entre la ruta, los productos y servicios locales traería mejoras sustantivas en el aprovechamiento de los recursos y su distribución entre los diferentes actores locales.

En la Figura 2 se muestra la representación gráfica de la Ruta del Vino y el Queso en la que destaca un concepto de ruta anacrónico, que se refiere al corredor o camino utilizado por turistas itinerantes que se trasladaban por vía terrestre entre dos puntos geográficos. Actualmente, la tendencia de las rutas consiste en la tematización de viajes altamente especializados, por lo que el concepto ha evolucionado hacia la estructuración de productos y servicios afines, que se complementan y articulan mediante procesos de organización (SERNATUR, 2007).

Sin duda, la iniciativa ha tenido impactos en la diversificación y diferenciación del producto turístico de la región, pero tiene limitaciones en términos de su escasa capacidad para reproducirse en el entramado de productos y servicios turísticos que se había consolidado previamente a la ruta. Resulta de particular relevancia considerar la vocación turística que desde hace tiempo tiene Tequisquiapan, por lo que la generación de tensiones alrededor de los recursos y beneficios derivados del turismo es una cuestión lógica.

4. Discusión

De acuerdo con lo anterior, es posible inferir que el turismo no solamente se apropia de aspectos materiales contenidos en el territorio, sino que también utiliza una serie de *capitales simbólicos* (Bourdieu, 2004), que son las narrativas que sirven de vínculo entre el producto turístico como *mensaje* y el turista como *interlocutor*.

Ello se traduce en un discurso turístico, siendo el capital simbólico una forma del capital económico y cultural, que es *conocido y reconocido* a través del turismo. Así, los capitales simbólicos del medio rural sirven para *definir los productos turísticos* y ayudan a *legitimar su representatividad* territorial de cara a la sociedad.

A través de los datos obtenidos en los establecimientos analizados, se ha podido detectar la existencia de mecanismos específicos, a través de los cuales actores concretos se apropian turísticamente de los recursos locales como estrategia de desarrollo.

La *Ruta del Queso y el Vino* ilustra la manera en que mediante procesos de performancia y fractalización, una producción emblemática se convierte en el tema central de un producto turístico, motivado por el creciente interés que los alimentos generan en los turistas (Espeitx, 1996). Ello consiste en el legítimo derecho de poner en valor aquel patrimonio del que se es depositario. Sin embargo, el turismo es posible gracias a un conjunto de servicios y amenidades que se comparten con otros sectores sociales y productivos.

En estos términos, es importante reconocer que *la Ruta del Queso y el Vino*, también está utilizando otros recursos de carácter social y no privado como los viñedos y las queserías. Tal es el caso de las infraestructuras locales que adquieren un carácter funcional al turismo; el paisaje cultural que permite identificar y diferenciar los quesos y los vinos de Querétaro de los de otras latitudes; los recursos bióticos que toleran las presiones derivadas del aumento en la llegada de turistas; el paisaje que representa un elemento de alto valor estético para los urbanitas y la presencia de fuerza de trabajo que es empleada y en no pocas ocasiones sobreocupada para atender las nuevas actividades derivadas del turismo.

En otro sentido, algo que es menos visible es la apropiación simbólica de los recursos sociales. La historia es convertida en narrativa turística; la calidad territorial, construida social y temporalmente, es esgrimida como argumento de venta; la dimensión emocional de los recursos turísticos se convierte en nostalgia y buen vivir, los imaginarios colectivos alrededor del territorio son un elemento de anclaje.

La apropiación de los recursos materiales, se traduce en elementos formales y constitutivos del proceso de fractalización y performancia, mientras que la apropiación simbólica ayuda a construir narrativas, ambos elementos operan desde una dinámica dialéctica en la construcción de un producto turístico. La existencia de recursos materiales posibilita el desarrollo de productos turísticos, que a su vez necesitan contar historias a los turistas.

En el caso específico del turismo agroalimentario, la precondition necesaria es la existencia de un alimento emblemático, pero en él no se consume el hecho turístico sino que requiere la interacción entre diversos elementos materiales y simbólicos que exceden al propio alimento. La Tabla 2 muestra los procesos materiales y simbólicos de apropiación turística, detectados en la ruta del Queso y el Vino.

Los puentes entre lo material y lo simbólico permiten una mejor capitalización turística de los recursos rurales, pues constituyen intersticios (Renard, 1999) que son espacios para el posicionamiento de los bienes “auténticos” por criterio de escasez y diferenciación. El desarrollo de estos procesos se basa en mecanismos específicos de apropiación del territorio, que consisten en la fractalización y representación de la realidad, pues al alterarla se la domina y es una forma de apropiarse de ella sobre las capacidades de otros, en este caso aquellos que por diversas causas quedan fuera del turismo.

En la Tabla 3 se explican las áreas de aplicación del principio de fractalización y performancia detectadas en la Ruta del Queso y el Vino. Destaca la dinámica fractal (Briggs y Peat, 1994), a partir de la reproducción de objetos dentro de un margen de opciones variables en la constitución del producto turístico. En este sentido, tiene un papel fundamental la fractalización como fenómeno lingüístico (Shanon, 1993) en la construcción del discurso del turismo y su contribución como estrategia de creatividad aplicada, para resolver problemas de la vida cotidiana (Torre, 1995).

En cierto sentido, la tabla describe las rutas agroalimentarias como mecanismos de fractalización básica (Mandelbrot, 1997), en la medida en que su dimensión e iteración se pueden representar con relativa exactitud. Igualmente, deja entrever su carácter no lineal al referir nuevas dinámicas sociales, a través de intercambios de orden simbólico con resultados muy diversos.

Las principales acciones observadas en los establecimientos estudiados fueron en cuanto a la *fractalización*:

- Importantes procesos de *iteración* que reproducen recursos en función de las necesidades del turismo

- Se detectan procesos de *alteración* de los recursos para adaptarse estética y funcionalmente al turismo
- Existen reproducciones a *escala* con la finalidad de generar unidades manejables turísticamente
- Se desarrollan *modelos* que permiten calcular beneficios y programar las actividades sin obstruir las labores tradicionales
- Se genera una *contracción* de las experiencias alimentarias para concentrarlas en una vivencia concreta, espacial y temporalmente bien delimitada

En términos de la función *performativa* se detectan las siguientes acciones:

- Se incorporan *nuevos lenguajes*, estilos y técnicas, que permitan generar una semiósfera común entre la producción y el consumo turístico
- Gran parte de los atractivos movilizados responden a *escenificaciones* de la realidad, desarrolladas de manera específica para el turista
- La *estetización* de la realidad es una técnica generalizada que incide en el carácter hedonista del turismo
- Se generan espacios culturales *híbridos* en los que lo tradicional y lo contemporáneo convergen, derivado de los acercamientos entre lo rural y lo urbano
- Existen muchos espacios *liminales* en los que los límites entre la realidad y las representaciones se vuelven difusos
- Las relaciones se *estabilizan*, creando ambientes de normalidad y seguridad para los turistas

El ejercicio analítico de la presente investigación deriva en un planteamiento metodológico de la fractalización del territorio, con lo que se puede indagar si el turismo agroalimentario contiene un *algoritmo para la transformación territorial*, y averiguar si en él existe un patrón de cambio social que pueda incidir positivamente en la colectividad.

Existe una gran similitud en las estrategias que asumen los diferentes establecimientos integrados a la ruta, lo que sugiere la replicación de un modelo en el que el fractal creado por las *empresas más grandes y exitosas* es reproducido por los pequeños emprendimientos. Igualmente, se puede pensar en una *demanda urbana medianamente homogénea*, lo que no implica soslayar que el modelo turístico es monótono y la necesaria diversificación para asegurar su existencia en el tiempo.

Los actores mejor posicionados del territorio son quienes se benefician directamente del turismo, siendo para los empleados una actividad más a sus labores que no necesariamente es remunerada. En el mismo sentido se puede hablar del crecimiento de tensiones entre los diferentes actores turísticos que existían antes de la activación de la ruta.

En la Tabla 4 se sintetizan algunas de las relaciones socioeconómicas detectadas en las estrategias de fractalización y performance para la activación de la Ruta del Queso y el Vino, en ellas se describe un producto base, la caracterización del beneficiario del turismo, los capitales movilizados en los procesos de activación turística y el perfil de consumo implícito.

La manera en que la sociedad metaboliza los recursos rurales, a través del turismo agroalimentario, se enfrenta a la problemática específica en la que ciertos actores depositarios del alimento emblemático necesariamente harán uso de recursos colectivos, lo que pone de manifiesto la necesidad de un turismo que distribuya equitativamente sus beneficios. Aprovechar el componente simbólico capitalizable de los recursos rurales debería ser una opción para cualquier persona integrada a la comunidad.

Sin embargo, el aprovechamiento de los recursos siempre está condicionado a la posesión de ciertos capitales necesarios para ponerlos en valor. El turismo no surge espontáneamente, es el resultado de la convergencia de muchos factores en los que la inversión y el conocimiento son aspectos sustantivos para su éxito, pero también los son el patrimonio colectivo y los recursos públicos. Por ello la importancia de cuestionarse sobre *quiénes son los beneficiarios* reales de la Ruta del Vino y el Queso.

El análisis aquí presentado sería inacabado sino evalúa las *relaciones asimétricas de poder* que afectan a los actores congregados alrededor de la actividad turística. Por ello es relevante visibilizar la manera en que la apropiación simbólica del capital rural se da en un nivel oculto, y es el elemento clave de diferenciación y agregación de valor en la actividad turística.

5. Conclusiones

Los mecanismos de fractalización y performance, desarrollados en la conformación de rutas agroalimentarias, son acciones que permiten la meta-apropiación simbólica y material de los recursos locales, para poder lucrar con ellos a partir de su capacidad de satisfacer las necesidades y deseos de la demanda urbana.

En estos términos, las rutas agroalimentarias son expresiones de la institucionalización de los recursos locales a partir de su adscripción a un concepto específico (La Ruta) que los vincula al

territorio, los actores y los productos mediante la creación de identidades ligadas al territorio.

Dado que la posibilidad de poner en práctica los mecanismos de fractalización y performance de los recursos locales, está directamente relacionada con la posesión de capitales económicos, sociales, culturales y simbólicos, habría que preguntarse si, en efecto, las rutas agroalimentarias representan una oportunidad de desarrollo para las comunidades rurales, o si sólo son una forma de reposicionar a los actores hegemónicos del territorio.

En este sentido, nuestra aproximación se dirige a plantear la ambigüedad de una estrategia que se debate entre su capacidad para detonar proyectos de desarrollo y la monopolización de la realidad rural mediante la creación de nuevos nichos de mercado.

La teoría de fractales aporta una aproximación teórico - metodológica para abordar los aspectos irregulares y fragmentarios de las nuevas estrategias de desarrollo rural. En el caso del turismo, ayuda a comprender las discontinuidades caóticas (Young, 1991) del territorio y los espacios rurales, en las que en los espacios agro-productivos de pronto irrumpen nuevos escenarios lúdicos y recreativos, que coexisten con otras actividades tradicionales.

Al ser el turismo rural una actividad de carácter sistémica y dinámica, la teoría de fractales aporta una vía para el reconocimiento y análisis de las múltiples relaciones entre los componentes, aparentemente dispersos, del sistema turístico en cuestión.

Se ha detectado que la Ruta del Queso y el Vino recrea una *Fractalidad en el espacio* (Mandelbrot, 1990), mediante la autosimilitud de la estructuras productivas locales, en determinado número de escalas adaptadas a las necesidades turísticas. Igualmente, se reconoce una *Fractalidad en el tiempo* puesto que este es el marco en el que ocurre la autosimilitud antes referida, es decir que múltiples momentos productivos coexisten en un mismo espacio.

La principal aportación de la teoría de fractales es que permite un análisis global de aspectos estructurales y funcionales en el fenómeno turístico. Ello se traduce en entender la propiedad emergente entre la estructura (las partes que componen el todo) y las funciones que cada una de las partes cumplen para la conformación del sistema turístico.

Una asignatura pendiente es el desarrollo de estudios transversales y longitudinales de las rutas turísticas, dichos estudios de carácter cualitativo son el punto de partida para una comparación integral (Briggs y Peat, 1989) de las rutas

alimentarias en su comportamiento frente a otros sistemas propios del medio rural. Más allá de una comprensión cuantitativa de las rutas agroalimentarias, se busca saber cómo se forman estas estrategias y cuáles son sus patrones generales de comportamiento en relación con toda la estructura social.

Agradecimientos

El presente artículo es un producto de la fase de desarrollo teórico del proyecto "El turismo agroalimentario y sus perspectivas de desarrollo local. Organización Colectiva y Activación Territorial en el Estado de México". Financiado por la Secretaría de Educación Pública, en el Programa de Mejoramiento del Profesorado, 2013.

Referencias

- Atance, I., Tió C. 2000. La multifuncionalidad de la agricultura: aspectos económicos e implicaciones sobre la política agraria. Estudios Agrosociales y pesqueros. 189: 29-48.
- Barnsley, M. 1993. *Fractals Everywhere*, Academic Press, San Diego.
- Briggs, J., Peat, F. 1994. *Espejo y reflejo. Del caos al orden. Guía ilustrada de la teoría del caos y la ciencia de la totalidad*, Gedisa, Barcelona.
- Bourdieu, P. 2003. *El baile de los solteros*. Anagrama, Barcelona.
- Bourdieu, P. 2004. *Cosas Dichas*. Gedisa, Barcelona.
- Burns, P. 1999. *An introduction to tourism and anthropology*, Routledge, Londres.
- Calabrese, O. 1999. *La era neobarroca*. Cátedra, Madrid.
- Cárdenas C., Duarte, C. 2010. *Etnografía audiovisual: instrumento para la divulgación de un conocimiento y técnica de investigación social*. Inédito. Bogotá.
- Carmona, S. 2002. *La negociación intercultural, para una antropología del desarrollo sostenible*. Universidad Nacional de Colombia. Medellín.
- Del Rincón, D. Arnal, J. Latorre, A., Sans, A. 1997. *Técnicas de Investigación en ciencias sociales*, Dykinson, Madrid.
- Espeitx, E. 1996. Los nuevos consumidores o las nuevas relaciones entre campo y ciudad a través de los productos de la tierra. *Agricultura y Sociedad*. 80-81: 83-116.
- Espeitx, E. 2004. Patrimonio alimentario y turismo: una relación singular. *Pasos. Revista de Turismo y Patrimonio cultural* 2(2): 193-213.
- Feder, J. 1988. *Fractals*, Plenum Press, Nueva York.

- García-Canclini, N. 1989. *Culturas híbridas. Estrategias para entrar y salir de la modernidad*. Grijalbo, México.
- Garofoli, G. 1992. *Endogenous Development and Southerne Europe*, Avebury, United Kingdom.
- Goffman, E. 1993. *La representación de la persona en la vida cotidiana*, Amorrortu, Buenos Aires.
- Jurgens, H. Peitgen, H., Saupe, D. 1992. *Fractals for the Classroom*, Springer, EUA.
- Harvey, J. 2003. *Espacios para la esperanza*, Ediciones Akal, Madrid.
- Hernández M., Meza I. 2006. *Nueva Ruralidad. Enfoques y Propuestas para América Latina*. CEDERSSA, México.
- Lipovetsky, G., Serroy, J. 2013. *L'esthétisation du monde. Vivre à l'âge du capitalisme artiste*. Gallimard, París.
- Mandelbrot, B. 1982. *The Fractal Geometry of Nature*, W. H. Freeman and Co., New York.
- Mandelbrot, B. 1990. *Montañas y dragones fractales: la intuición en las matemáticas y en las ciencias*. En: Wagensberg, J. (Ed.) *Sobre la imaginación científica*. Tusquets, Barcelona.
- Mandelbrot, B. 1996. *Los objetos fractales: forma, azar y dimensión*, Tusquets, Barcelona.
- Mandelbrot, B. 1997. *La geometría fractal de la naturaleza*, Tusquets, Barcelona.
- Morales, E. 2006. *Globalización o fractalización: una propuesta a título provisional*. Ponencia presentada en el 11º. Encuentro Nacional Sobre desarrollo Regional en México. Mérida, Yucatán.
- Renard, M.C. 1999. *Los intersticios de la globalización. Un label (Max Havelaar) para pequeños productores de café*. Embajada de los países Bajos; UACH; ISMAM; CEPCO; PIDRCAFÉ; CEMCA, México.
- Ribeiro, J. 1998. *Construção do discurso audiovisual em Antropologia sobre a reconstituição de um ritual cabo-verdiano na Área Metropolitana de Lisboa*. Ponencia en el Primer Congreso Virtual de Antropología y Arqueología [en línea]. Disponible en: <http://www.naya.org.ar/congreso> (13 de Diciembre de 2013)
- Rotman, M. 2003. *Modalidades productivas artesanales: expresiones de "lo local" en un mundo globalizado*. En: *Revista Campos*. 3: 135 -145.
- Rotman, M. 2006. *Patrimonio cultural y prácticas artesanales. Concepciones gubernamentales locales y definiciones internacionales*. En: *Revista Ilha, UFSC* 8 (1-2): 97-115.
- Santana, A. 1997. *Antropología y turismo ¿Nuevas hordas, viejas culturas?* Editorial Ariel, Barcelona
- SERNATUR. 2007. *Identificación y puesta en valor de rutas turísticas para la región de Coquimbo*, DTS Consultores, Chile.
- Shanon, B. 1993. *Fractal patterns in language. New ideas on Psychology* 11 (1): 105 -109.
- Shechner, R. 2003. *Performance Theory*, Routledge Classics, Taylor and Francis, Londres.
- Simmel, G. 2006. *Cuestiones fundamentales de sociología*. Gedisa, Barcelona.
- Thomé, H. 2008. *Turismo Rural y Campesinado, una aproximación social desde la ecología, la cultura y la economía*. *Convergencia. Revista de Ciencias Sociales*. Año 15, Núm. 47: 237-261.
- Toledo, V., González de Molina, L.M. 2007. *El metabolismo social. Las relaciones entre la Sociedad y la Naturaleza*. En: Garrido, F. (Coord). *El paradigma ecológico en las ciencias sociales*, Icaria Editorial, España.
- Torre, C. 1995. *Chaos creativity and innovation: Towards a dynamical model of problem solving*. En: Robertson, R. y Cmbs, A. (Eds.). *Chaos theory in psychology and life sciences*. Lawrence Erlbaum Associates, New Jersey.
- Young, T. 1991. *Chaos theory and the Symbolic Interaction theory: poetics for the postmodern sociologist*. *Symbolic Interaction* 14 (3): 321-334.

Tabla 1. Distribución, fractalización y diferenciación en los establecimientos de la Ruta del Queso y el Vino

Establecimiento	Especialidades	Visita guiada	Degustación	Tienda
		<i>Performancia y fractalidad:</i> Fragmentación Estetización Narrativa Alteración Modelaje Representación	<i>Performancia y fractalidad:</i> Interactividad Narrativa Alteración Hibridación Contracción Fragmentación	<i>Performancia y fractalidad:</i> Exhibición Montaje Liminalidad Citación
<i>Queserías</i>				
Neolé	Quesos Artesanales tipo europeo y maduros	sí	sí	sí
Vai	Quesos frescos y maduros tipo europeo	sí	sí	sí
Rancho la Hondonada	Quesos orgánicos y productos lácteos	sí	sí	sí
La Biquette	Quesos de cabra tipo francés	no	sí	sí
La Serpentina	Quesos finos, fetta, manchego de cabra, crottin camembert	sí	no	no
Quesos Santa María	Quesos orgánicos de leche de oveja	sí	no	no
Rancho José María	Quesos artesanales de oveja	sí	no	no
Quesería el Rebaño	Quesos de oveja madurados	sí	no	no
<i>Vinícolas</i>				
Viñedos La Redonda	Vinos tintos blancos y rosados	sí	sí	sí
Freixenet	Vinos espumosos, tintos blancos y rosados	sí	sí	sí
Viñedos Azteca	Vinos tintos y rosados	sí	sí	no
Viñedos los Rosales	Vinos orgánicos y productos cosméticos de vino	sí	sí	sí
Viñedos Dèlice Catembe	Vinos tintos	sí	no	no

Fuente: Elaboración propia con base en trabajo de campo 2013

Tabla 2. Procesos de apropiación turística en la Ruta de Queso y el Vino

<i>Materiales</i>	<i>Simbólicos</i>
Producción emblemática (queso y vino) <i>Tema eje</i>	Profundidad histórica <i>Narrativa cronológica</i>
Servicios Locales <i>Elementos funcionales</i>	Diversas formas de calidad asociada (salud, autenticidad, tipicidad) <i>Narrativa de calificación</i>
Paisaje Cultural <i>Elementos de especificación y diferenciación</i>	Dimensión emocional de los recursos (nostalgia, buen vivir) <i>Narrativa emocional</i>
Recursos Bióticos <i>Elementos vitales</i>	Dimensión territorial simbólica <i>Narrativa de anclaje</i>
Paisaje Natural <i>Elementos estético- biológicos</i>	Dimensión cosmológica <i>Narrativa ritual</i>
Factor Humano <i>Elementos de trabajo</i>	Dimensión sociocultural <i>Narrativa societaria</i>

Tabla 3. Mecanismos de fractalización y performance en la Ruta del Queso y el Vino

<i>Fractalización (reproducción – iteración)</i>	<i>Performance (representación)</i>
Iteración y reproducibilidad	Nuevos lenguajes, estilos y técnicas en las producción tradicional
Fragmentación	Escenificación, representación y ritualización
Alteración e irregularidad	Estilización y sofisticación
Escalas y autosimilitud	Hibridación y polisemia
Matematización y modelaje	Liminalidad
Contracción	Homogeneización y estabilización de las relaciones entre ámbitos divergentes

Fuente: Elaboración propia con base en trabajo de campo 2013

Tabla 4. Relaciones socioeconómicas detectadas en las estrategias de fractalización y performance para la activación de la Ruta del Queso y el Vino

Producto base	Caracterización del beneficiario del turismo	Capitales movilizados para la fractalización y la performance	Beneficiarios secundarios	Perfil de consumo implícito
<i>Queso</i>	Negocio pequeño a mediano	Capital económico – inversión	Empleados	Consumidor urbano, profesionalista, con interés por el sector agroalimentario, de clase media
	Neorrurales	Capital social – patrimonialización del producto	Operadores turísticos	
		Capital intelectual - conocimientos	Bienes y servicios locales	
<i>Vino</i>	Negocio mediano a Transnacional	Capital económico – inversión	Empleados	Consumidor urbano, profesionalista, con interés por el sector agroalimentario, de clase media
	Neorrurales Inversionistas extranjeros	Capital social – patrimonialización del producto	Operadores turísticos	
		Capital intelectual - conocimientos	Bienes y servicios locales	

Fuente: Elaboración propia con base en trabajo de campo (2013)

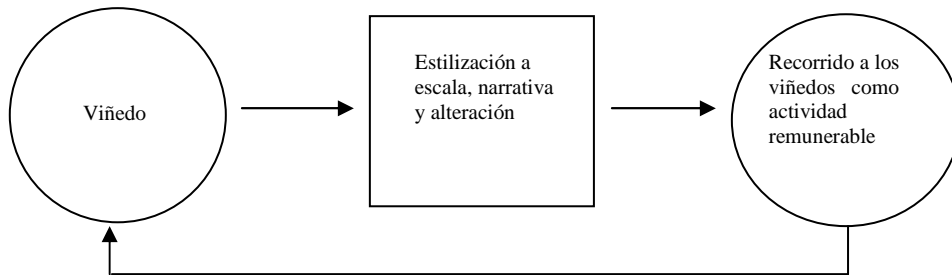


Figura 1. Mecanismo básico de fractalización en una ruta agroalimentaria. Fuente: Elaboración propia



Figura 2. Representación gráfica de la Ruta del Queso y el Vino. Fuente: Consejo de la Ruta del Queso y el Vino A.C. (2013)

