
REVALORIZACIÓN DEL TERRITORIO A TRAVÉS DEL TURISMO RURAL: EL CASO DE “CAMINOS DE ALTAMIRA”, SAN CARLOS, MENDOZA - ARGENTINA

PIZZOLATO, Roberto D.¹; RIOLLO, Noelia M.²

PALABRAS CLAVES: Turismo Rural – Producto Asociativo – Territorio – Productores Familiares – Artesanos - Uso múltiple del territorio – Red de prestadores – Revalorización del territorio.

RESUMEN

El mundo rural se encuentra en un fuerte proceso de cambio, en el que están ocurriendo transformaciones e impactos económicos, ecológicos, sociales y culturales. En el contexto latinoamericano en particular, a las inequidades sociales se suman problemas ambientales, y una continua erosión cultural y económica de las comunidades rurales.

Los agricultores familiares han sido uno de los sectores más golpeados en este proceso, con la consecuente emigración a centros urbanos dentro o fuera de sus países en búsqueda de empleo. Frente a esta realidad, organismos internacionales, gobiernos locales, y las propias organizaciones de productores han planteado nuevos enfoques y propuestas de alternativas posibles para contrarrestar la migración y la falta de oportunidades laborales, y viabilizar la permanencia de los pobladores rurales. (Agroturismo y agricultura familiar en Uruguay: una articulación para el desarrollo local. Marta Chiappe Matías Carámbula 2008)

Surge así el concepto de “Nueva Ruralidad” (IICA 1999), que se vincula con:

- a) Aumento de la producción, la productividad y la seguridad alimentaria;
- b) Combate a la pobreza para buscar equidad;
- c) Preservación del territorio y el rescate de los valores culturales para fortalecer la identidad local;

¹ M. Sc. Extensión Agropecuaria, Jefe AER “Antonio Navarro” INTA La Consulta. Email: dpizzolato@laconsulta.inta.gov.ar

² Tec. Sup. Gestión Administrativa y Contable. Asesora de Cambio Rural AER “Antonio Navarro” INTA La Consulta.. Email: noelia_riollo@hotmail.com /alaconsulta@laconsulta.inta.gov.ar

d) Desarrollo de una nueva cultura agrícola y rural que permita la preservación de la biodiversidad y los recursos naturales;

e) Aumento de los niveles de participación para fortalecer el desarrollo democrático y la ciudadanía rural; y

f) Desarrollo de acciones afirmativas para visualizar y apoyar la participación de las mujeres, y jóvenes, en el desarrollo local desde lo rural.

Entre estas alternativas, el Turismo Rural ofrece una mejora potencial de los ingresos para las familias rurales, al tiempo que representa una diversificación de la oferta de “productos” que se pueden obtener de la actividad agraria.

Con este objetivo de diversificar los ingresos e incorporar a actividades de rentas que no compitan por el uso de la tierra, se inicia esta experiencia en el Valle de Uco, Mendoza.

Este grupo surge de la invitación de un promotor comunitario a vecinos de La Consulta, para desarrollar el Turismo Rural, en el territorio del Departamento.

A esta convocatoria acuden vecinos y se incorpora el INTA La Consulta que actuó como un prestador para ser visitado por turistas y facilitar participación de productores y artesanos. Utilizando un método de participación creciente se fue elaborando una red de emprendimientos que conforman “Caminos de Altamira”.

El proceso de evolución grupal nace como respuesta a la crisis nacional del 2001 y se fundamenta en la revalorización de los recursos propios (historia y cultura productiva) y la conformación de una red solidaria de prestadores de servicios turísticos.

El grupo, desde el 2002, contacta una Agencia de Turismo Alemana y recibe con continuidad turistas europeos; esto consolida un producto asociativo con funcionamiento propio.

Esta red comunitaria ofrece: contacto con los pobladores, la cultura local y un turismo activo participando de cabalgatas, amasado de pan, producción de artesanías, tareas agropecuarias y fiestas tradicionales.

La continuidad con turistas internacionales y argentinos, ha logrado aportar a la sustentabilidad territorial a través de: diversificar el ingreso, arraigar población, mejorar el entorno, consolidar “Caminos de Altamira” y además expandir el negocio del Turismo Rural.

Por el modelo de crecimiento y la crisis del sector rural, la inclusión de los diferentes intereses y necesidades de la población local a través de la participación

Si se concibe lo rural como local, autárquico, cerrado con unas pautas socioeconómicas y valores propios, una estructura social a partir de la propiedad de la tierra entendida como la territorialización de lo agrícola, se entendería como implicancias que el progreso es la absorción de lo rural, los ajustes exógenos y pasivos, lo agrícola tiene un comportamiento residual, y las políticas de desarrollo rural significan la absorción del rezago.

Pero esta vieja visión de lo rural ya no puede sostenerse más. No se trata de atenuar la supuesta línea divisoria entre lo rural y lo urbano, ni de su equivalencia a lo atrasado y lo moderno. Es necesario visualizar un esquema de desarrollo y de cambio de la sociedad en un sentido diferente. (Edelmira Pérez C. 2000)

El proyecto cumple con estas exigencias, debido a que los lugareños conforman una red fundada por ellos, la cual sirve como base para el Turismo Rural de forma participativa, en la que deciden autónomamente y son ellos mismos los ejecutores. El ingreso a la red es voluntario. Cada miembro puede dar su aporte de acuerdo a sus intereses, necesidades y posibilidades y definir autónomamente la forma de su aporte al concepto global de la red.

La red está conformada actualmente por 16 familias de agricultores, artesanos, comerciantes y una institución, el Instituto Nacional de Tecnología Agropecuaria – INTA

El motivo para la fundación de la red proviene originalmente, tal como se ha descrito ya, en la grave situación de la vida de la población argentina durante la crisis económica a comienzos del milenio. A raíz de esto se desarrolla en La Consulta la idea de aunar a voluntarios para un proyecto turístico común, con el fin de conservar y revalorar la cultura agrícola, la producción propia y la puesta en valor de productos locales.

Luego de superada la crisis económica, el turismo significa hoy para la mayoría de los miembros un ingreso adicional oportuno. Esta forma de turismo se ve por lo tanto, como una contribución al desarrollo económico y social de la región.

Se impulsa así una revalorización de lo rural, es necesario romper el paradigma económico en el que se ha situado el papel del sector y trasladarlo al contexto de la política y las instituciones.

Sensibilización de la población local con respecto a las oportunidades y los riesgos del desarrollo turístico en su vida económica, social y cultural.

Los medios de comunicación locales en la provincia de Mendoza son muy abiertos para noticias relacionadas con novedades en el sector turístico. La atención de los medios locales significa por lo tanto no solo publicidad directa para CAMINOS DE ALTAMIRA. Tiene además el efecto, de que la idea realizada en La Consulta sea difundida en toda la región, a través de lo cual se produce cada vez más y más conciencia con respecto a las ventajas de un turismo con responsabilidad social y cultural en el sector agro turístico.

Según informaciones de los iniciadores, a consecuencia de las emisiones radiales y artículos de prensa, comunidades vecinas e incluso de otras provincias argentinas han mostrado interés por el proyecto. De esta forma llegan a La Consulta anualmente alrededor de 800 escolares y estudiantes, para conocer el concepto del proyecto directamente.

La comunidad de La Consulta organizó un concurso para la elaboración de un logo para CAMINOS DE ALTAMIRA. Participaron en el concurso 50 pobladores con diseños propios. Una clase de una escuela tenía que realizar un trabajo social y decidieron tomar como tema a CAMINOS DE ALTAMIRA. Los escolares entrevistaron a los miembros de la red y elaboraron una carpeta por familia, en las cuales ilustraron hojas y describieron de forma muy vivaz cada una de las historias familiares y la historia de origen de CAMINOS DE ALTAMIRA. Estas carpetas se encuentran en cada una de las casas y pueden ser vistas por los visitantes.

Inicialmente los miembros de la red carecían de conocimientos turísticos. De gran ayuda fue la participación de un miembro en la red, el cual es Licenciado en Turismo. Para seguir calificando a los miembros de la red y para prepararlos para el contacto con sus

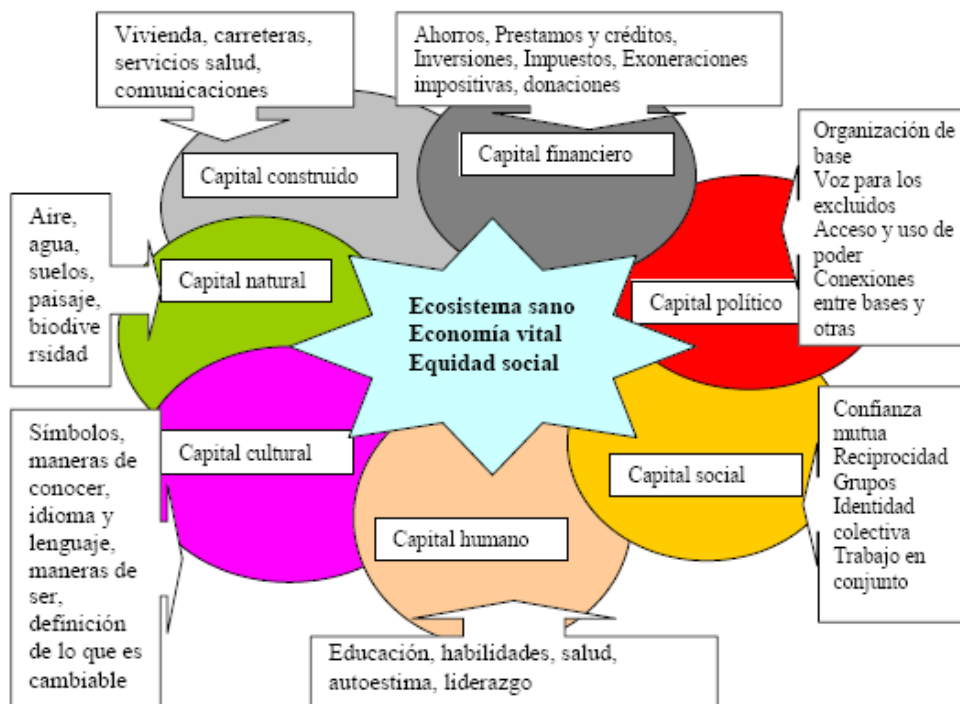
clientes, se desarrollaron cursos a iniciativa del INTA. Los temas: servicio al cliente, aspectos geográficos y ecológico-políticos de la región, conocimientos culturales e históricos, turismo y sus productos. Estos se llevaron a cabo en el marco de un programa nacional para el fomento al desarrollo de la agricultura sostenible “PROFEDER” (Programa Federal de Apoyo al Desarrollo Rural Sustentable) y su subprograma a favor de las familias productoras “PROFAM” (productores familiares). Vía PROFAM se presta también apoyo técnico en el sector agrario. Así mismo se realizan talleres y seminarios a nivel nacional.

Efectos negativos a partir del turismo no se pueden observar en la actualidad. No han sido identificados en el proyecto.

Garantizar el atractivo del trabajo en turismo para los pobladores locales mediante el mejoramiento de las condiciones de trabajo relacionadas con el salario, la seguridad social, horas de trabajo, formación y perfeccionamiento bajo el desarrollo rural territorial

Flora (2005) plantea el desarrollo del agroturismo en el marco de una propuesta de desarrollo territorial rural, para cuyo análisis propone tener en cuenta los diferentes tipos de capital que lo componen. En este contexto ubica al turismo como una actividad complementaria, orientada hacia la generación de empleo e ingresos, dirigida fundamentalmente hacia los jóvenes y mujeres del medio rural. El abordaje según tipos de

capitales se esquematiza en el siguiente diagrama



Fuente: Flora (2005)

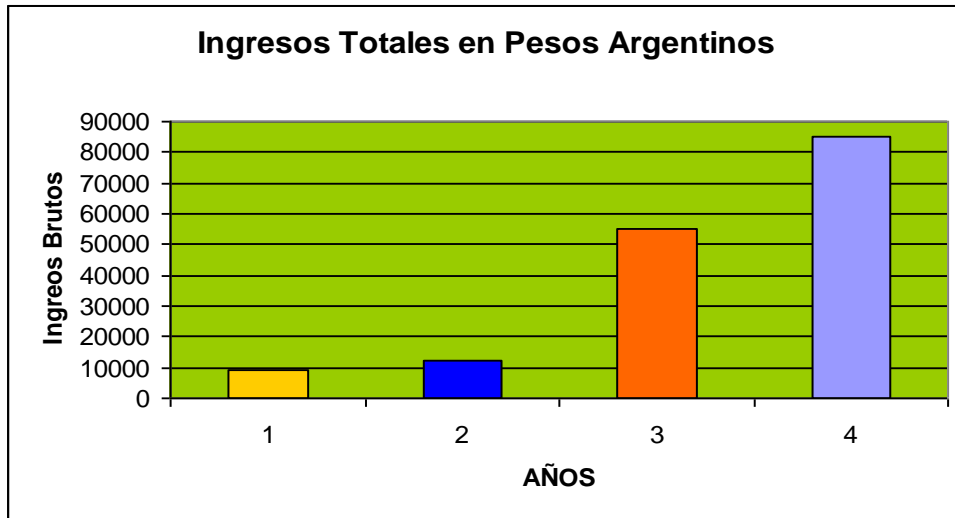
Es a partir de este enfoque que realizamos el diagnóstico, en el entendido que ésta permite medir y evaluar los procesos y realidades territoriales en el marco de un enfoque de desarrollo rural sostenible, y en este sentido constituye un avance sustancial en la discusión sobre desarrollo rural territorial.

CAMINOS DE ALTAMIRA utiliza en el centro de La Consulta una pequeña agencia de viajes "Latina Real Tours" Argentina. La agencia hace la organización de todos los grupos que participan en el programa.

Como aporte para el mantenimiento de la Asociación, cada miembro de la red abona una contribución de 10 pesos

Los visitantes pagan durante su estadía en CAMINOS DE ALTAMIRA un monto global de 160 pesos por día. Este monto le es transferido sin ninguna deducción al miembro de la red por todos sus servicios.

Los ingresos totales son importantes a partir del tercer año como se puede observar en el gráfico, este corresponde a la temporada 2004-2005 y se consolida en la temporada 2005-2006.



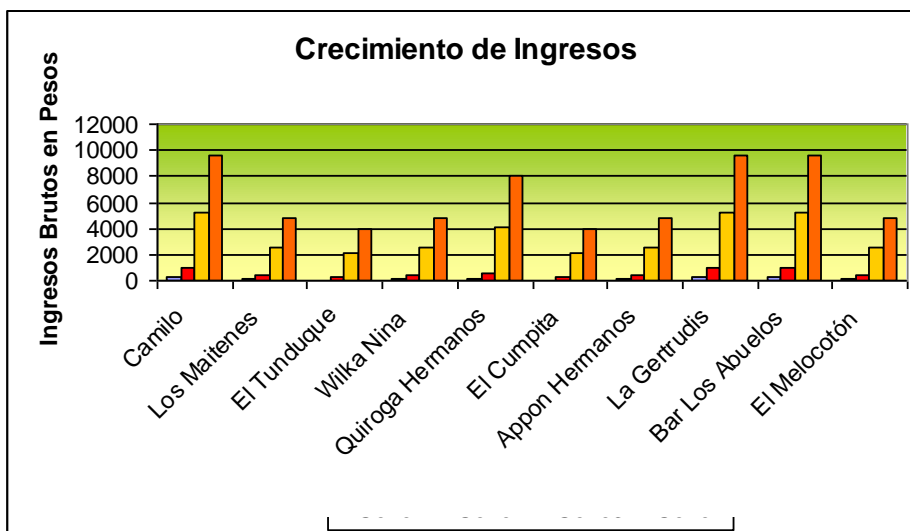
Fuente: elaboración propia.

La visita en la bodega, en la alfarería o en el jardín de frutales cuesta 10 pesos independientemente, si el huésped compra vino, cerámica o un recuerdo. Los miembros que elaboran los sombreros y las bandas impresas con el nombre de la asociación, que reciben los huéspedes como regalo, son remunerados también.

Una familia con dos habitaciones para huéspedes (habitación doble) puede alojar a cuatro turistas. Recibe por noche 270 pesos. Una familia que atiende a doce huéspedes con un almuerzo o cena, recibe 272 pesos. Un jubilado que muestra su jardín de frutales recibe 120 pesos.

El crecimiento del negocio y de los ingresos por productor, ha generado ganancias para todos los asociados pese a las diferencias de los servicios prestados.

Existe un reconocimiento al esfuerzo individual y se comparte el negocio. La siguiente figura manifiesta este aspecto al demostrar un crecimiento bastante parejo de los ingresos de cada emprendimiento.



Fuente: Elaboración propia.

La rentabilidad promedio por prestador al año se evalúa en \$9000, que complementan otros ingresos habituales de las familias; esta actividad de turismo es secundaria.

Ingresos atribuibles a la Iniciativa

Detalle	2007	2008	2009	%
Ventas Mercado Interno	100	120	140	20%
Ventas Mercado Externo	500	675	810	80%
Ventas Totales	600 \$84.000	795 \$111.300	950 \$133.000	100%

*Cada unidad del cuadro representa 1 pasajero con permanencia promedio de 2 días con un gasto diario de \$70 aproximadamente.

Además éste negocio ha logrado arraigar población o impedir migraciones por ejemplo así lo testimonia una de las mujeres del grupo: *“Nos tuvieron en cuenta, cuando implementamos todo esto, porque por ejemplo nosotros nos estábamos por ir a vivir a otra provincia, San Luis, por cuestiones de trabajo, y el proyecto nos motivo para quedarnos.”* Claudia de La Gertrudis.

La iniciativa estimula el empleo y el crecimiento económico en la región, es una herramienta genuina para el desarrollo, promueve una distribución equitativa de la riqueza entre sus miembros, genera actividades de inclusión y cohesión social, valora la cadena de proveedores de la comunidad, intercambio cultural, conservación de los procesos naturales, protección de la naturaleza y calidad ambiental. Además favorece la gestión participativa entre sus miembros y los habitantes de la comunidad.

Las manifestaciones de los protagonistas demuestran la valorización que realizan de las alianzas territoriales locales, por ejemplo, Olga de Camilo expresa: *“Hemos tratado de involucrar a todos los que nos brindan el servicio desde el carnicero hasta cualquier proveedor del pueblo, que se sientan que son parte del proyecto”*

El proceso realizado ha consolidado un grupo que hoy muestra con orgullo su avance, valoriza sus recursos humanos y naturales, incentiva a otros a emprender proyectos y genera trabajo en la localidad.

Esto se pone en evidencia cuando se escuchan declaraciones como esta: *“A nivel departamental San Carlos es conocido por su historia, su cultura, sus costumbres. Esto hace que la municipalidad trabaje más en lo que es la publicidad turística y trabaje con los emprendimientos que existimos y los que van a existir también, con respecto a los comercios se benefician porque se trata de comprar todo en la zona ya sea para el emprendimiento o para mi casa.”* Susana de Los Maitenes.

Se está consolidando un nuevo negocio, que agrega renta sobre la tierra y las actividades que el productor posee y establece nuevas alianzas con artesanos, comerciantes y prestadores de otros servicios; es un nuevo sistema de articulación campo-ciudad o ciudad-campo.

Además la iniciativa tiene un impacto positivo en empleo en grupos sociales como mujeres, jóvenes y personas mayores, esta oferta turística contribuye a la construcción de

una sociedad inclusiva, tal es que el trabajo de cada emprendimiento es llevado adelante mayoritariamente por mujeres y jóvenes de las familias, y se ha establecido un vínculo con las personas mayores que dan identidad a los recursos culturales garantizando en cierta medida un medio social para la construcción de ciudadanos con una mejor calidad de vida .

Es evidente la participación de las mujeres en el programa CAMINOS DE ALTAMIRA. Son ellas las que reciben y atienden en primera instancia a los visitantes. No solamente entretienen a los visitantes, sino también transmiten de forma muy elocuente la idea base, la cual originó la creación del proyecto: la conservación de su vida familiar a través del mantenimiento de la agricultura tradicional y de la cultura local.

Como puede observarse es muy importante la contribución de lo rural al desarrollo sostenible, al empleo, a la reducción de la pobreza y por lo tanto al crecimiento económico. No puede seguirse sosteniendo entonces que lo rural y lo agrícola son una carga para el desarrollo económico. Así lo suponían las teorías residuales de la economía agrícola, y sobre todo los modelos duales. Más bien, es necesaria su consideración como factores dinámicos del crecimiento global.

Fortalecimiento de la cultura local y de la identidad cultural de las personas que viven en los destinos turísticos desde una nueva concepción de lo rural

Las nuevas demandas sociales ponen en manos de los habitantes de las zonas rurales la posibilidad de conducir su futuro por una senda inédita pero posible. Mientras estas funciones constituyen la oportunidad para superar la crisis y encontrar una nueva posición de la distribución de roles en la sociedad, el reto estriba en superar el rechazo de una gran parte de la población rural a abandonar o modificar sus actividades históricas (Edelmira Pérez 2000)

Uno de los motivos principales para la fundación de CAMINOS DE ALTAMIRA, aparte de las consideraciones económicas, era el deseo de fortalecer las costumbres locales a través de un proyecto agro turístico y al mismo tiempo revalorar la vida rural tradicional y los productos agrícolas de la zona. La emigración de los jóvenes del campo hacia las ciudades puede contrarrestarse de esta forma.

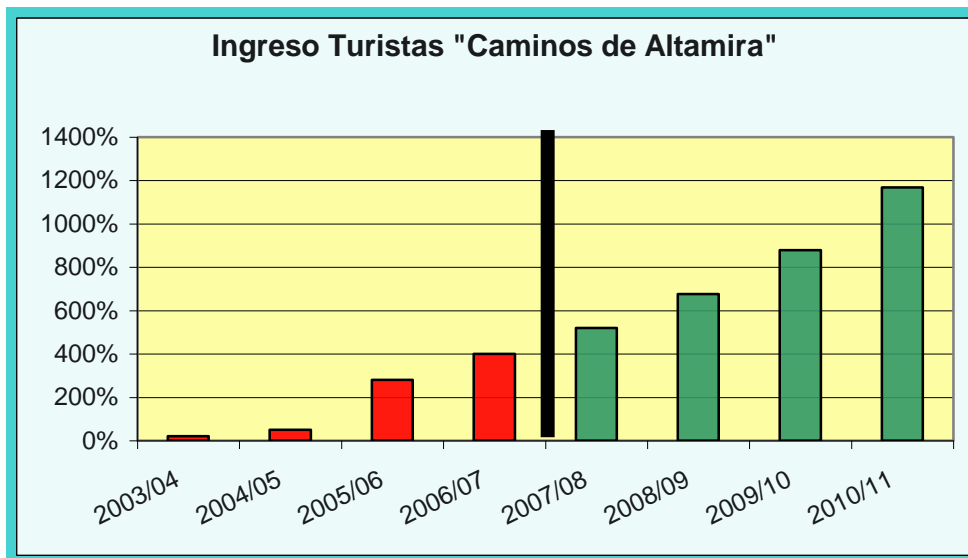
El programa de CAMINOS DE ALTAMIRA tiene, sin duda, un efecto educativo en los niños de los miembros de la red, ya que éstos participan activamente en partes del programa como por ejemplo las noches “de gran colorido”. Visten sus trajes típicos, cantan y bailan con sus padres y huéspedes. Por este medio experimentan el aprecio, no solamente de sus padres y abuelos, sino sobre todo de los huéspedes. Aprenden que la vida de los agricultores pequeños tiene un valor.

De esta forma se conserva el folklore de los gauchos, a pesar de que los lugareños no son ganaderos. Esta es una tradición argentina a través de la cual se manifiesta la propia identidad cultural. Para tal efecto y para ocasiones festivas, se visten con un traje gaucho, el cual varía según la región. En San Carlos hay un gran festival anual, en el cual se demuestran los valores departamentales y provinciales a través de expresiones folklóricas con concursos de baile, música y diversos premios.

<p>Prevenir/minimizar los perjuicios sociales y culturales en los destinos turísticos causados por la actividad turística</p>
--

El número de turistas ha aumentado en los últimos años. Durante el 2004 participaron alrededor de 100 huéspedes en el programa de CAMINOS DE ALTAMIRA, en el 2005 aumentaron a 250. Para el 2006 se esperaba alrededor de 400 huéspedes, 90% provenientes de otros países. Tan solo el tour-operator anteriormente mencionado envió 200 clientes y ha incluido a CAMINOS DE ALTAMIRA en su programa de Sudamérica.

Desde que el grupo comenzó a trabajar en la temporada 2003/04 se ha incrementado la afluencia de turistas; proyectando esto en el tiempo desde el momento actual observamos que crecerá a 4 años en 150% aprox.



Fuente: elaboración propia. Datos temporada 2006/2007

El punto de acción que desea mantener cada prestador NO es crecer a gran escala, si no conservar el núcleo familiar de trabajo, entonces se puede decir que la demanda será controlable según la capacidad del grupo y según la capacidad de carga del medio donde se sitúan las actividades.

La demanda que prevalece es la del Mercado Externo y sobre todo visitantes de la Unión Europea.

El límite de la capacidad no ha sido alcanzado con la actual cantidad de miembros. El límite está dado con la cantidad máxima de huéspedes que pueden ser acogidos, sin perjudicar la vida familiar y su principal actividad económica, la agricultura. Los miembros de la red ven el límite en tres grupos por semana. En el momento pueden participar en el programa máximo 20 personas.

Habría que ver, si ofreciendo el mismo programa continuamente, no se entra en una rutina y posible aburrimiento, de forma que los huéspedes signifiquen para las familias una carga. Discutiendo de que la hospitalidad y el cariño de los miembros de la red podría deteriorarse y el programa perdería su originalidad, se descartó esta suposición vehementemente. De ninguna manera sienten a los huéspedes como una carga, más bien

traen distracción en la rutina diaria, remarcaban. Uno siempre aprende mucho de los que vienen de fuera.

Compatibilidad Ambiental

Aparte del desarrollo de una oferta con responsabilidad social, CAMINOS DE ALTAMIRA, es un producto compatible con el medio ambiente.

A los huéspedes se les abastece con productos de propia producción. No se venden productos de fuera, sino solamente productos elaborados por ellos mismos (con gran valor agregado local y evitando así perjuicios para el medio ambiente ocasionados por el transporte de productos importados).

Los pobladores de La Consulta viven en un oasis rodeado de estepa. Por esta razón no existen parásitos, con una sola excepción, y los productos agrícolas no tienen que ser fumigados. Se cuidan mucho de que no se contagien con ningún parásito. Los pobladores son concientes de los peligros de los daños ecológicos.

No se quiere acoger a turistas demasiado exigentes. Se quiere alojar a huéspedes sencillos, lo cuales les baste la modesta comodidad que se les ofrece. En pocas palabras, quien necesita aire acondicionado y un televisor en la habitación está fuera de lugar. El aumento de consumo energético se puede evitar de esta forma.

Tal y como expuesto en la descripción del programa, ciertas ofertas como es el caso de los medios de transporte para los huéspedes (caballos, sulkys, bicicletas), las visitas guiadas “el significado del agua para el valle”, la elaboración de cerámicas en los hornos tradicionales, no representan ninguna amenaza para el medio ambiente.

Estar incentivado con estas actividades llevadas adelante por estos prestadores, permite tener una mirada integral sobre las consecuencias directos e indirectos de la acción humana con la naturaleza, y de los efectos que los cambios tienen sobre la existencia, dignidad y calidad de la población.

Tal es el caso que estas actividades influyen positivamente no solo en la parte ecológica si no en la parte social, ya que se busca un manejo integrado de la tierra, del agua, y de los recursos vivos que promueven de manera equitativa la conservación y el uso sostenible.

La iniciativa promueve el cuidado del ambiente y mejora la calidad y sustentabilidad del mismo teniendo en cuenta:

Mayor conciencia ambiental en el manejo de la basura: el municipio local no realizaba recolección rural de los residuos y a través de solicitudes del grupo/proyecto se lograron establecer puntos y días de recolección. Además la tendencia se ha hecho extensiva a otros vecinos, no integrantes directos del proyecto, ayudando así a formar conciencia colectiva sobre esta problemática.

Revalorización de los recursos propios y de la región: dentro de este contexto la valorización del ambiente, como conciencia de que este es uno de los elementos constituyentes del producto turístico. Así por ejemplo: antes de comenzar con el proyecto algunos vecinos tenían prácticas nocivas para con el ambiente, como por ejemplo con el tratamiento de la basura. A través de un aprendizaje grupal se ha logrado inclusive avanzar en esta temática y varios de ellos reciclan sus residuos orgánicos y disminuyen así el volumen desechado.

Un productor de avanzada edad manifiesta: *“todos los desechos orgánicos van a parar a un lumbricario. Los otros desechos que salen como los papeles y cartones son para calefaccionar la casa y los desechos plásticos van a parar al tachito de los residuos que los busca la municipalidad.*

No usamos ningún químico, ni para combatir plagas u hormigas. Por ejemplo esta tarde hemos estado juntando semillas de paraíso que las hormigas las utilizan como sebo, estas se las coloca para que ellas se las lleven al hormiguero y explotan dentro del mismo. Procuramos estar en armonía con el ecosistema.” Armando de Appón Hermanos

Además los prestadores están participando junto con el municipio en un programa de forestación “Plan Esperanza Verde”, trabajan en sus casas con abono orgánico como el de chinchilla y compost, varios promueven la huerta orgánica.

La iniciativa también promueve la concientización y conocimiento sobre el ambiente, de hecho es el mensaje del grupo conocer lo que somos y lo que tenemos, valorar nuestros recursos, vincularse con la naturaleza, se trata de establecer formas de participación comunal, buscar la equidad y el beneficio local, impulsando desde cada pequeño lugar prácticas de conservación para con el medio y transmitir las a la población para mitigar los daños causados por el hombre al ambiente. Enfocarnos a preservar nuestros recursos y los procesos naturales.

Dentro de las actividades a incorporar esta el avistaje de aves autóctonas y el reconocimiento de los espacios vegetales del monte natural, ambas actividades promueven el respeto y la conservación.

A través de qué medidas está garantizada la sostenibilidad económica e institucional del proyecto

CAMINOS DE ALTAMIRA está realizando esfuerzos para conseguir otros toursoperadores, para de esta forma aumentar las ganancias del agroturismo y disminuir la dependencia actual de un solo toursoperador. Se intenta transferir el concepto a otros municipios, con lo cual se quiere promocionar los productos agrícolas propios y fomentar su comercialización.

Los miembros de la red quieren en un futuro próximo, fomentar el turismo familiar nacional e intentan atraer a turistas de las ciudades. Para esto promocionan con el lema “vacaciones de reposo en el campo”, para familias con niños.

CAMINOS DE ALTAMIRA está representado en importantes ferias turísticas y de comercio en Córdoba y en Buenos Aires para llegar a este tipo de clientela. Se ha elaborado un pequeño folleto, en el cual la red se presenta con sus miembros. CAMINOS DE ALTAMIRA es apoyado en la promoción por los medios de comunicación locales, así como también por San Carlos y INTA.

Está planificada la integración de los huéspedes en las actividades agrícolas, también el mejoramiento de los servicios ofertados y de la calidad de los objetos artesanales, así como un monitoreo continuo.

Cabe destacar que el grupo en el año 2006 fue seleccionado por una Asociación Internacional con sede en Ammerland, Munich, Alemania “TOURISM WATCH” que organiza un concurso de proyectos creativos de turismo sostenible convocados en el concurso TODO! dejando a nuestro país Argentina en una terna junto a otros proyectos de Palestina y Australia. Llevado a cabo en diciembre se da por ganado el premio Argentina con “Caminos de Altamira”, dando un reconocimiento internacional a este proyecto.

CONCLUSIONES

Por medio de CAMINOS DE ALTAMIRA se logró llevar el turismo a una zona rural de Argentina, la cual en otro caso tan solo servía de tránsito, Ubicada en la Ruta 40 del camino legendario a lo largo de los Andes, la cual une el norte extremo del país con el extremo sur de Argentina a través de miles de kilómetros.

Unas pocas familias crearon en La Consulta un pequeño proyecto, que representa para los viajeros y para los toursoperadores una faceta interesante de la diversidad de la oferta turística recomendada para ser integrada en programas de viaje a Argentina.

Quien hace una reserva del programa CAMINOS DE ALTAMIRA, encuentra gente cordial, que se preocupa cariñosamente de sus huéspedes, los acompaña durante su estadía y les permite participar de su vida diaria por un corto tiempo. Los grupos de visitantes, quedan sumamente impresionados por la alegría de vivir y la gran cordialidad de sus anfitriones.

Es cada vez más claro que las demandas colectivas se enfocan hacia la exigencia de servicios infraestructura y participación en la sociedad civil, es decir, reconstrucción de redes locales y propósitos colectivos relacionados con servicios públicos, lo cual cambia la dinámica de las sociedades rurales y genera demandas distintas al Estado.

De una manera especial se busca articular respuestas locales a los fenómenos de inseguridad e incertidumbre generados por el derrumbe del estado de bienestar, y buscar el fortalecimiento de comunidades locales y redes de estructura rural que permiten asumir el riesgo.

La revalorización de lo rural desde el punto de vista cultural lleva a pensar en la ruralización en función de las condiciones ambientales, la ruralización de las comunidades urbanas, y la búsqueda de formas de vida alternativa. (Bejarano, 1998)

La agricultura comprenderá una amplia serie de usos de la tierra, que va desde producciones agrícolas de uso no alimentario hasta el mantenimiento del medio ambiente. Por otro lado se acentúa la especialización territorial en función de la existencia de ventajas competitivas y se acrecienta la dependencia de la actividad agrícola de las empresas industriales y de distribución

Información en Web de Caminos de Altamira

www.estacionvalledeuco.com.ar

E-mail : info@estacionvalledeuco.com.ar

Tel-fax : 0054-2622-471456

Bibliografía:

- Asociación de Turismo Rural de la Sierra de Cádiz (1998) “Sabores de la Sierra: un recorrido por la Gastronomía olvidada de los pueblos blancos de Cádiz” Cádiz, Andalucía, España. 58 Pág.
- Asociación para el Desarrollo Rural del Medio Guadalquivir (1998) “Memoria de Actividades Año 1998” Junta de Andalucía, Córdoba, España. 43 Pág.
- Berbejillo, Federico (1999) “Reinvención del Territorio. Los Agentes de Desarrollo entre el Conocimiento y el Proyecto Colectivo” Mimeo Curso Internet Pág. 31 a 42.
- Gallardo Guillermo (2000) “Sector Agropecuario: Nuevas Alternativas Económicas, Turismo Rural” Mimeo Estación Experimental Agropecuaria La Consulta, Mendoza, Argentina, 7 Pág.
- “Educar en la Era Planetaria. El pensamiento complejo como método de Aprendizaje en el error y la incertidumbre humana”. Universidad de Valladolid, España. Capítulo III, Pág. 57 a 83.
- Morin, E.; Ciurana E. y Motta R. (2000). UNESCO* y Universidad de Valladolid, España.
- Ruiz Aviles, Pedro (1995) “El Turismo Rural en el marco del Desarrollo Rural”. Curso de especialización en Desarrollo Rural. Mimen Córdoba, España. 34 Pág.

- Sili, Marcelo (2005) “La Argentina Rural de la crisis de la modernización agraria a la construcción de un nuevo paradigma de desarrollo de los territorios rurales”. Ediciones INTA. Bs.As. – Argentina 108 Pág.
- Viñals María José (2002) “Herramientas para la gestión del turismo sostenible” Serie cuadernillos técnicos (5 cuadernillos). Ed. Ministerio de Medio Ambiente de España. 243 Pág.
- Flora, C., J. Flora, S. Fey. 2004. Rural Communities: Legacy and Change (2nd Edition). Boulder, Colo. Westview Press.
- IICA. 1999. El desarrollo Rural sostenible en el marco de una Nueva Lectura de la Ruralidad. “Nueva Ruralidad”. Serie: documentos conceptuales. Costa Rica.
- M. Chiappe, M. Carámbula. 2008 “Agroturismo y agricultura familiar en Uruguay: una articulación para el desarrollo local”
- E. Pérez C. 2000. “Hacia una visión de lo rural”. *¿Una Nueva Ruralidad en América Latina?*. Colección grupos de trabajo CLACSO 2001
- Bejarano, Jesús Antonio 1998 “El concepto de lo rural: ¿Qué hay de nuevo?” en Revista Nacional de Agricultura (Santafé de Bogota) n° 922-923.