

## **Cultura y recursos en el turismo rural comunitario. Crear vivencias y compartirlas con otros.**

**Lic. Graciela Inés Gallo <sup>(1)</sup>**

*Ponencia en las I JORNADAS SOBRE PATRIMONIO CULTURAL BONAERENSE,  
TANGIBLE E INTANGIBLE - 15 y 16 de agosto de 2014, Mar del Plata, Bs As.  
Eje temático: Turismo de los pueblos rurales*

Generar proyectos de Turismo Rural Comunitario en los poblados más alejados de las grandes ciudades renueva la confianza de las personas involucradas, quienes tienen la posibilidad de hacer de su labor cotidiana un atractivo turístico que genere ingresos complementarios para una mejora de su calidad de vida y la de sus familias. Quienes tienen el desafío de acompañar a los municipios y parajes rurales de Argentina en el aventurado camino de la apertura al turismo rural comunitario ponen a prueba sus conocimientos y practican habilidades que requieren entrenamiento como la capacidad de escucha, la curiosidad y la empatía, esenciales para la obtención de resultados favorables y en marcos de sustentabilidad.

Con frecuencia el solo hecho del acercamiento de formadores, técnicos e instituciones que demuestran interés en el crecimiento local y regional origina cambios, vinculaciones y expectativas. La novedad y los espacios de trabajo que se pueden proponer incentivan el intercambio de conocimientos, el debate de visiones y el análisis de posibilidades que les son propias por contar con capitales identitarios (culturales, productivos, históricos y naturales) y que permanecen latentes a la espera del redescubrimiento y la valoración.

No se trata solamente de mostrar lo qué estamos viendo, sino de compartir sentires e inquietudes, amores y pasiones, cultura e identidad.

El turismo sostenible es aquel que atiende a las necesidades de los turistas actuales y de las regiones receptoras y al mismo tiempo protege y fomenta las oportunidades para el futuro. Se basa además en el respeto a la cultura nacional y sus expresiones territoriales y en la integración de las poblaciones locales al desarrollo de sus actividades, contribuyendo así a la elevación de la calidad de la vida de los seres humanos. (OMT, 1993)

Hoy las comunidades rurales tienen la oportunidad de acceder a la actividad turística, solo deben despertar y comenzar a sentir con orgullo que su día a día es en sí mismo un gran atractivo para cientos de personas que buscan, y cada vez más, la interacción con la gente local y el conocimiento de su cultura. (Gallo, Peralta 2014)

### **Oportunidades latentes para los espacios rurales**

Una de las barreras más difíciles de vencer cuando trabajamos con parajes rurales y pueblos del interior es que logren reconocer que su cotidianeidad puede constituir un recurso turístico e interesar a otros que, además, están dispuestos a pagar por ello.

“Ponemos de relieve que el turismo bien concebido y bien gestionado puede hacer una contribución importante a las tres dimensiones del desarrollo sostenible, tiene estrechos vínculos con otros sectores y puede crear empleo genuino y generar oportunidades comerciales.” (Naciones Unidas, Conferencia Rio+20, 2012)

El trabajo debe ser minucioso y exacto, no hay fórmulas aplicables a todo el país. No se resuelven de la misma manera las cuestiones que puedan surgir en el norte, en el centro o en el sur; cada rincón tiene sus particularidades y sus riquezas, cada una de ellas dignas de ser mostradas y compartidas con otros. En esto las mujeres y los jóvenes suelen ser quienes más disponibilidad tienen para emprender y sostener los proyectos turísticos ya que los hombres de la casa, por ser generalmente sostén de familia, suelen pasar varios meses fuera, trabajando la tierra o participando de las labores de las cosechas.

¿Qué podemos hacer entonces? Escuchar, acompañar, compartir conocimientos e ideas, detectar intereses y posibilidades, desarrollar proyectos, guiar su implementación y vincular actores necesarios para que se logre un producto sólido y perdurable en el tiempo, que beneficie a la mayor cantidad de familias posible. También demostrar que el turista busca confort y buena atención pero básicamente autenticidad. Si hablamos con alguien sobre que puede ofrecer tortas

fritas al visitante y compartir su elaboración, hagamos una prueba para que pueda ver que es posible, que su quehacer es interesante para otros y que les puede dejar una hermosa enseñanza repleta de tradición local y de simpleza auténtica; si le proponemos a alguien que comparta un paso de baile para que el turista “se lo lleve puesto”, bailemos con ese alguien y aprendamos cómo hacerlo; si llegamos a la conclusión sobre que enseñar a usar el lazo puede ser un atractivo para un foráneo, veamos juntos cómo sería la experiencia y hagámosla. Ponerse en el lugar del otro ejercitando la empatía no es fácil, pero genera resultados tangibles y permite visualizar y ver en el terreno real de qué estamos hablando en la teoría.

### **Las nuevas tecnologías: una vidriera que aumenta la competitividad**

Una vez reconocidos los recursos tangibles e intangibles comienza el gran desafío de mostrar a otros “lo que soy”, “lo que somos”, “lo que tenemos” para motivar que los visitantes se acerquen hasta donde se está tratando de vender el producto turístico (servicios, atractivos, artesanías, excursiones, etc.)

En esto las nuevas tecnologías de la información (TIC) se han convertido en una herramienta fundamental para poder ser competitivos ante un mercado que se muestra cada vez más cargado de ofertas de diversa índole.

Para los pequeños empresarios del Turismo Rural, la publicidad es necesaria, aunque el problema es recuperar la inversión. Los canales tradicionales de promoción, a través de folletería, no siempre están al alcance presupuestario de los pequeños empresarios. Diseño, impresión y distribución, constituyen una cadena de valor costosa y compleja. Es por ello que resulta atractivo desde el punto de vista comercial, gestionar toda esta información a través de tecnologías más accesibles, entre ellas Internet. El uso de Internet como herramienta de promoción, proporciona al pequeño empresario de Turismo Rural una alternativa económica, además de posibilitar la modificación, actualización y presencia ininterrumpida y continua. Por otra parte, también posibilita la independencia temporal para el acceso a diferentes zonas horarias del mundo. (Bombellil, E.; Fernández, S. y otros, 2013)

Las redes sociales, los blogs, los web site y otros en esencia son hoy una vidriera de fácil utilización y manejo pero en los que se deben tener algunos reparos y más aún dedicación para ofrecer contenidos atractivos e influyentes en la decisión de compra (textos, fotografías,

isologotipos y elementos identitarios particulares). ¿De qué nos sirve abrir canales de comunicación que serán vistos por otros si no nos ocupamos de mantenerlos nutridos de información y si no estamos para atender las consultas que surgen en tiempo real?

Una vez que el potencial turista accedió a la información, las TIC pueden cumplir otro papel primordial, la posibilidad de realizar la compra de manera inmediata o por lo menos una reserva. La velocidad con que estas informaciones son intercambiadas requiere una atención rápida a las consultas para no perder clientes. (Bombellil, E.; Fernándezl, S. y otros, 2013)

Hoy las reservas por Internet relacionadas a los productos turísticos implican gran parte de las compras que se concretan. Hay que estar, hay que ocuparse hay que encontrar de qué manera aumentar la competitividad de los emprendimientos de turismo rural conscientes de las limitaciones que puedan surgir por falta de tiempo de los responsables (quienes generalmente se ocupan de todas las tareas del emprendimiento y motivo por el cual la actualización de contenidos es una tarea que pasa a segundo o tercer plano); la falta de conectividad en áreas alejadas de centros urbanos; la imposibilidad de contar con recursos tecnológicos adecuados para poder mantener activa la presencia on line y dar una rápida respuesta a las consultas; y la falta de capacitación tecnológica, muy presente en las zonas rurales.

¿Cómo podemos pretender que se concreten reservas y ventas on line si no estamos conectados? ¿De qué manera podemos optimizar los recursos tecnológicos y humanos disponibles para un mejor funcionamiento de los emprendimientos? ¿Deberían los emprendedores de turismo rural delegar la comunicación de sus proyectos o deben hacerlo por sí mismos?

Se debe poner el foco precisamente en la forma de comunicar los valores diferenciales y cómo orientar a los emprendedores y comunidades que quieren dar a conocer sus propuestas en ámbitos rurales para que puedan autogestionar sus espacios en las redes, fuente principal de información al momento de decidir un destino turístico para descansar, hacer actividades o pasar unos días fuera de las grandes ciudades.

“Para que sea compatible con el desarrollo sostenible, el turismo debe estar basado en la biodiversidad de las oportunidades ofrecidas por las economías locales, pues debiera estar plenamente integrado en ellas y contribuir positivamente al desarrollo económico local” (Carta para el Turismo Sostenible, Conferencia Mundial sobre Turismo Sostenible, 1995)

En todos los casos, la intervención responsable a campo moviliza de una u otra manera a la totalidad de la población o a parte de ella. El desafío se encuentra en lograr que las comunidades puedan descubrir y poner en valor sus recursos tangibles e intangibles y generar oportunidades de inclusión, desarrollo y progreso, no solo para ellos, sino para las futuras generaciones y para ser compartidas con los demás.

¿Se puede? Si, se puede. Hace falta sensibilidad, capacidad de escucha, curiosidad y visión para poder entender las intenciones y necesidades de cada lugar, sin descuidar su compleja trama de relaciones y la realidad en la que se encuentran inmersos.

(1) **Graciela I. Gallo.** Licenciada en Comunicación (UNLP) con posgrado en Turismo Rural (FAUBA) Es docente y extensionista en la Tecnicatura en Turismo Rural (UBA). Es coordinadora de Prácticas en Terreno en la Facultad de Agronomía UBA. Mantiene una estrecha relación con numerosos Municipios de Argentina coordinando capacitaciones y proyectos de desarrollo local para sus comunidades. Dicta seminarios y talleres para profesionalizar el Turismo Rural en Argentina y coordina proyectos de Turismo Rural como valor agregado para el aprovechamiento integral de la fauna bajo principios de sustentabilidad. Fue vicepresidente de la Asociación Civil Latinoamericana de Turismo Rural (ALATUR). Es asesor de Políticas Públicas de Gestión Participativa. Más información en: [www.gracielagallos.com](http://www.gracielagallos.com)

\*\*\*\*\*



Reconocimiento – NoComercial – CompartirIgual (by-nc-sa): No se permite un uso comercial de la obra original ni de las posibles obras derivadas, la distribución de las cuales se debe hacer con una licencia igual a la que regula la obra original. / <https://creativecommons.org>

\*\*\*\*\*

## BIBLIOGRAFÍA

Asamblea General de las Naciones Unidas. “Un Mundo Apropiado para los Niños”. (2002)

Barrera, E., Muratore, N. Turismo Rural en Latinoamérica, TURNET 02-03, Gestión de Empresas y Proyectos en Turismo Rural. (2003)

Barrera, Ernesto. El turismo rural, una oportunidad para valorizar la fauna. VII Simposio Argentino de Producción Animal. Trelew, Chubut. (1999)

Bombellil, E.; Fernández, S.; Di Pierrol, V.; Britos, M.B.; Bertonecchio, R.; Cataldi, Z. Emprendimientos de Turismo Rural basados en TIC como recursos tecnológicos de competitividad. (JAIIO 2013)

Cataldi, Zulma - Fernández, Sandra. El uso de TICs como recursos tecnológicos de competitividad aplicado a emprendimientos de Turismo Rural. (Proyecto de Investigación Científica, de Innovación Tecnológica e Interdisciplinarios SCyT UBA, 2013-2015)

Conferencia Mundial sobre Turismo Sostenible. Carta para el Turismo Sostenible. OMT. (1995)

Conferencia Rio+20. (Conclusiones, 2012)

Gallo, Graciela I. Turismo Rural y la psicología individual y comunitaria. I Congreso Latinoamericano de Psicología Rural, Posadas, Misiones. (2013)

Gallo, Graciela I.; Peralta, Juan M. El turismo rural comunitario como viabilizador para la revalorización de culturas y recursos. La importancia de imprimir vivencias y compartir saberes. III Foro Latinoamericano de Desarrollo Sostenible, Rosario (Sta. Fe) (2014)

Proyecto ARG/O5/015. Estrategia de Turismo Sustentable en Reservas de Biosfera y Sitios Ramsar. Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD).

Vieites, Carlos M.; González, Olga M.; Gallo, Graciela I. Valorización responsable de la fauna doméstica y silvestre en actividades de recreación del consumidor urbano. III Jornadas de Extensión de MERCOSUR, Tandil. (2014)

Vieites, C.M. Producción Porcina. Fundamentos y enfoque sustentable para el desarrollo. Hemisferio Sur. (2011)