

TURISMO RURAL DESARROLLO SUSTENTABLE

Doris van der M. Ruschmann^a

INTRODUCCION

El Turismo Rural no es un fenómeno nuevo. El interés creciente por las actividades recreativas en el medio rural ya se manifestaban en el siglo XIX en Europa como una reacción al estrés y a las aficciones recurrentes de las expansiones de las ciudades industriales.

El Turismo Rural, tal como se presenta a partir de los años 70, 80 y 90 es diferente de aquel en varios aspectos, principalmente en lo relacionado con el gran numero de personas involucradas actualmente en la actividad.

En su forma más original el Turismo Rural debe estar construido sobre estructuras eminentemente rurales de pequeña escalas o al aire libre proporcionando al visitante el contacto con la naturaleza, con la herencia cultural de las comunidades del campo y las llamadas "prácticas" tradicionales agropecuarias.

Estudios realizados en los EEUU demuestran que los visitantes de áreas rurales son personas descontentas de las estructuras turísticas clásicas, situadas en el mar o en la montaña y que buscan los aspectos simples y auténticos, característicos hoy en el medio rural sin por ello abdicar de un confort razonable comparándose a aquel de su cotidiano día a día.

Así la adecuación del medio, de las propiedades y de las comunidades rurales a esta alternativa de servicio agropecuario de atención a los visitantes originarios de las grandes ciudades comercializando su autenticidad y originalidad se constituye un desafío frente a la necesidad de asociar los servicios prestados a los turistas con las demás actividades productivas de la empresa agrícola proporcionando el confort y la experiencia vivencial que el turista vine a buscar.

1. TURISMO RURAL Y DESARROLLO ECONOMICO

Evaluated desde el punto de vista de los factores que aumentan el desarrollo local y regional, el Turismo Rural es además de su práctica, un complemento de la actividad agrícola tradicional.

Actualmente el Turismo Rural se constituye en un modelo perfecto del tradicional trinomio: viajes, turismo y recreación, envolviendo estructuras organizaciones que dejan atrás la prosaica convivencia en un chalet en el medio rural. Los propietarios rurales que abrieron sus estructuras productivas para además de la agricultura, alojar y entretener a los visitantes de urbanos, poseen actualmente una serie de socios o participantes que van desde los transportistas a los agentes de viajes especializados como también a las organizaciones agrícolas y hasta las autoridades locales.

Hay una serie de razones que sitúan al Turismo Rural actualmente como una "locomotora" del desarrollo local y regional (GREFEE, 1994). Así como el turismo convencional, el Turismo Rural se constituye una nueva fuente de ingresos a través de impuestos y de divisas para las localidades en las cuales esta actividad se desarrolla. Genera además nuevas alternativas de empleo para la mano de obra local permitiendo revertir en parte el éxodo rural de los jóvenes hacia las grandes ciudades en busca de empleo.

Estimula una serie de actividades productivas inherentes al contexto rural tales como la producción de productos agrícola, vestuario y artesanías típicas, construcciones que respeten la arquitectura tradicional, etc. El Turismo Rural además explora y "capitaliza" el medio rural o natural más allá de la pura actividad productiva agropecuaria agregándole mayor valor a la actividades que se realizan en el medio rural.

Estimula la adquisición o compra de productos artesanales y aquellos relacionados con las actividades del medio rural, como lamparitas, herramientas, objetos de decoración, etc.; Al atraer flujos de personas de otros espacios económicos, el Turismo Rural estimula el consumo

en las áreas en las cuales ocurre esta actividad, desencadenando el tradicional efecto multiplicador de la actividad turística.

Para aquellos que pregonan sistemáticamente que el Turismo Rural constituye una consecuencia de las dificultades resultantes de políticas agrícolas fallidas, es cierto que el sólo podrá ofrecer soluciones parciales para tales problemas y que resumidamente las encontramos de tres formas:

Estimulando otras posibilidades para las actividades rurales, relacionadas con la atención a una demanda para la vivencia en el medio rural, situándose como una forma intermedia para la solución de los problemas de base.

Promueve la creación de mercado para los productos tradicionales de las propiedades agrícolas y otros productos como las artesanías.

Posibilita la creación de nuevas fuentes de ingreso para las propiedades y la transformación de las tareas clásicas en las haciendas en actividades productivas, sea ya como empleo temporal o permanente, resaltándose que, raramente, empleos diferentes de los tradicionales son creados. Inversiones externas, tanto en recursos financieros para la implementación de la infraestructura como transferencia de know how y de informaciones.

Entre tanto para que tales hechos ocurran de manera eficiente será preciso considerar la implementación de estructuras que den el soporte necesario para el incremento sustentable de la actividad en el medio rural y que se relacionan con (HIMMELBRUNNER, 1994:47):

Organizaciones locales y regionales: su objetivo es de hacer crecer y comercializar los productos turísticos del área. Para ello se debe tener la capacidad de unir a los agentes involucrados de forma tal de estimular el espíritu cooperativo entre ellos además de suministrar apoyo institucional. En áreas donde el Turismo Rural se encuentra en fase de implantación o de expansión, estas medidas son más necesarias.

Estructuras de apoyo a nivel local: deben facilitar la recopilación y aprovechamiento adecuado de las informaciones tales como las

demandas y tendencias del mercado, búsqueda de inversionistas potenciales, orientación adecuada para la obtención de financiamiento, además de entregar el apoyo técnico necesario para el desarrollo de los negocios, proyectos y programas de Turismo Rural.

Estructuras Externas: deben realizar el marketing adecuado de los productos en áreas externas a la localidad, principalmente en aquellas donde se concentran los turistas potenciales para esa zona en particular.

Consultorías: los prestadores de servicios de consultorías específicas para el sector son cada vez más indispensables para el desarrollo adecuado de las zonas en donde se desarrolla el Turismo Rural. Los especialistas cada vez más accesibles, contribuyen con sus experiencias y conocimiento de las técnicas de planificación a largo plazo y se constituyen en elementos claves para el incremento adecuado de la actividad y la orientación de los empresarios que esperan realizar inversiones y/o operacionalizar nuevo negocio.

2. IMPACTOS SOCIOCULTURALES DEL TURISMO RURAL

Normalmente se consideran y se analizan mucho más los impactos económicos de las diversas manifestaciones de los viajes turísticos, y también del Turismo Rural, relegándose a un segundo plano los impactos en el medio físico de la localidad y en los aspectos socioculturales de las comunidades receptoras. Pierre Defert (1985, 2.6-10), estudiando el fenómeno del Turismo Rural en Francia que ya acontece hace varias décadas, analizó los impactos socioculturales del punto de vista del comportamiento de los diversos agentes involucrados en la actividad y como son vistos y evaluados por las comunidades locales. Sus estudios contemplan los productos rurales (agricultores/pecuaristas), los comerciantes y prestadores de servicios locales, los moradores de residencias secundarias y los turistas, evaluándolos como sigue:

Los productores rurales (agricultores/pecuaristas) con una estructura familiar fuerte son los propietarios o gestores de las áreas agrícolas o pecuarias, de producción fija o alternada, sujetos a una situación de mercado que oscila

de acuerdo con la valorización económica de sus productos (agrícolas/pecuarios). Constituyen el grupo dominante en la explotación de la actividad y en la creación del ambiente físico y social modelando o diseñando el paisaje agrario o los entretenimientos culturales. Además, contribuyen a la formación de áreas verdes vecinas a dar alojamiento y en la organización de fiestas populares en sus propiedades dirigiendo el entretenimiento y la satisfacción de los visitantes.

Los productores y los comerciantes de artesanía y servicios: se trata de un grupo que tiene un papel activo en la distribución de bienes de consumo y de servicio en el medio rural. Ellos actúan en el abastecimiento de alimentos, remedios, material agrícola y de souvenirs. Además de los servicios antes señalados actúan como farmacéuticos, albañiles, médicos, dentistas, etc. En el sector de recepción o de acogida son representados por los hoteleros, dueños de restaurantes, dulcerías, etc. Como prestadores de servicios se incluyen también los mecánicos, vulcanizadores (reparadores de neumáticos), dueños de gasolineras, además de los mecánicos de equipamiento agrícola, los comerciantes de semillas, fertilizantes o abonos, comida para el ganado, veterinarios, agentes de seguros, sin considerar los predicadores de culto de todas las comunidades religiosas, trabajadores de hospitales o la educación escolar. Este grupo tiene por clientes los agricultores, los moradores del medio urbano y los de residencias secundarias y, de acuerdo con los valores de sus impuestos, se puede medir la influencia económica del turismo en el medio rural.

Los moradores de residencias secundarias: son también llamados residentes temporales o transitorios por pasar sólo parte del año y algunos feriados en el medio rural. Generalmente no son bien aceptados por los moradores permanentes porque son considerados inductores de tensiones múltiples. Los agricultores los culpan de inducir o provocar el aumento del precio de las tierras agrícolas al estimular la especulación inmobiliaria debido a que algunos de ellos compran grandes áreas para revenderlas posteriormente monopolizándolas en desmedro de los agricultores locales. En el nivel comunitario se lamenta mucho el desinterés de algunas de estas personas por los problemas públicos, como, por ejemplo, el la composición de los consejos municipales o

de las asociaciones de moradores. Son criticados además por su aislamiento de la población local, la no participación de las actividades culturales de la localidad y por sus prácticas recreacionales de preferencia al interior de sus propiedades y visitándose sólo entre sí. De tiempo en tiempo este grupo ejerce fuertes presiones en las instituciones encargadas de los equipamientos básicos (agua, luz, telefonía, etc.) de la localidad para obtener preferencia por sobre la comunidad local residente.

Los turistas: estos juntamente con los moradores de residencias secundarias han sido el objetivo de los intereses del Turismo Rural. El turista se aloja en un hotel, camping, en la casa de amigos o parientes o en una casa rodante. A diferencia de un morador de segunda residencia estos no están ligados al territorio y por ello es probable que al año siguiente no vuelvan, aunque se han registrado casos de turistas que gustando del lugar visitado, regresan después varias veces.

Salvo excepciones, normalmente esta población itinerante es difusa, no asociativa ni participativa; se caracteriza por no involucrarse en los problemas de la comunidad. Sus ocupaciones por el medio que los acoge son generalmente individuales y egocéntricas (pesca de caña, caminatas con la familia, juegos con la pelota, etc.). Si la comunidad rural realiza alguna fiesta típica, los turistas participan como espectadores sin tomar parte activa en ella.

Los agricultores reprueban su ociosidad, su ignorancia con relación a los problemas agrícolas, desgaste que provocan (sin valorizar) a las instalaciones o la producción rural y, de cierta manera, su desprecio a las canciones del folklore local. Su demanda por productos frescos se sitúa en un nivel muchas veces de indiferencia para los agricultores-productores y no sólo eso, provocan problemas para la distribución de sus producciones. Muy pocos productores llegan a tener en los turistas a sus mayores compradores.

Cuando los productores son también prestadores de los servicios de alojamiento y de entretenimiento en el medio rural, los visitantes son vistos con buenos ojos en sus propiedades, pero su presencia estacional

ha complicado los negocios de aquellos que optan por el Turismo Rural como actividad económica prioritaria.

Los moradores de residencias secundarias consideran a los turistas muy bulliciosos, elementos de contaminación cultural, como creadores de problemas y que no tienen ningún interés por el medio visitado; a pesar de ello últimamente se ve un cambio principalmente en aquellos que ofrecen servicios relacionados con Turismo Rural quienes ven a los turistas con satisfacción ya que consideran que los gastos que estos realizan en la localidad son una garantía para sus ingresos sean estas en el sector de alojamientos, alimentación o de entretención. Mientras que los servicios de salud (dentistas, médicos, farmacéuticos, etc.) ven en ellos una clientela "complementaria". A los servicios públicos (servicio de impuestos, seguridad social, cultos, policías) los turistas les imponen una sobrecarga de trabajo temporario que no siempre les conviene para su desempeño.

Esta visión de los agentes del Turismo Rural demuestran con claridad los diferentes aspectos relacionados con la explotación de este tipo de turismo dentro de los moldes actuales de la actividad y que deberán ser considerados con el objetivo de minimizar los aspectos negativos y de maximizar los positivos.

3. DESARROLLO SUSTENTABLE DEL TURISMO RURAL

El concepto de turismo sustentable fue desarrollado en el sentido de evitar los riesgos que la conducción inadecuada de la actividad puede provocar en el medio ambiente. El turismo sustentable, según especialistas como Jost Krippendorf (1988) es visto como la perfecta triangulación entre los destinos (su hábitat y habitantes), los turistas y los prestadores de servicios para los visitantes. En el pasado los prestadores de servicios turísticos dominaban el triángulo. Actualmente el turismo sustentable procura adecuar los intereses de cada uno de los participantes del triángulo, minimizando las tensiones y buscando un desarrollo a largo plazo, a través del equilibrio entre el crecimiento económico y las necesidades de conservación del medioambiente. Por lo tanto se debe proteger:

- la cultura y las características de las comunidades receptoras.
- los paisajes y los hábitats.
- la economía rural.
- el crecimiento a largo plazo de la actividad turística que estimulara la calidad de la experiencia vivencial buscada por los visitantes.
- la comprensión, el liderazgo y la visión a largo plazo entre los emprendedores o accionistas.

Como visión a largo plazo se entiende la comprensión de las dimensiones que la actividad puede alcanzar en el área, asimismo como los resultados que se desean para la comunidad.

Para implementar estos objetivos surgen innumerables dificultades en aquellas economías orientadas hacia el mercado, en las cuales el concepto de sustentabilidad es visto con ambigüedad, una vez que el los intereses comerciales se interponen entre los agentes involucrados.

Frente a lo anterior las comunidades involucradas en Turismo Rural deberán encontrar el equilibrio entre los costos y los beneficios de la actividad, entre los que Richardson (1991) destaca los siguientes:

Positivos

- Se constituye la llave o solución en la revitalización de los recursos naturales, culturales e históricos de un área rural.
- Promueve y estimula la renovación en las localidades involucradas.
- Estimula la preservación de recursos naturales con valor excepcional.

Negativos

- Disminuye la calidad de áreas naturales e históricas a través del número extensivo de turistas y de equipamientos específicos
- Aumento de los ruidos y de las emanaciones líquidas y sólidas.

Iniciar y desarrollar un programa de turismo en un área rural constituye un desafío que puede ser altamente gratificante si se considera que la comunidad local debe tener el poder y la habilidad de decidir sobre su desarrollo futuro lo que no siempre ocurre.

Con el Turismo Rural, la protección de la originalidad de esos medios dependerá del tipo de desarrollo que se propone para el área y que solamente será sustentable si fuera orientado para la valorización del hombre de campo, su autenticidad y la estabilidad ecológica del medio natural. Los inversionistas deberán mantener los paisajes intactos, estimular una estructura social sana en la comunidad, promover una excelente calidad de vida y de reposo para los visitantes y estimular el potencial de la valorización económica del medio rural.

Para la demanda del Turismo Rural una postura sustentable se basa en comportamientos ambientalistas correctos o justos relacionados no solamente con el control de ruidos y el lanzamiento indiscriminado de basura en los lugares que visitan, sino también en relación a los valores culturales de las comunidades respectivas. Se recomienda también optar por los servicios más simples que no necesitan el uso de tecnologías avanzadas, muchas veces movidos por combustibles no renovables o que necesiten de recursos humanos altamente especializados que raramente son encontrados en el mercado rural.

4. CONCLUSION

El Turismo Rural no se ha constituido en una solución para los problemas del campo. Se trata sólo de una opción empresarial que puede presentar efectos económicos positivos y que podrá ayudar a evitar una eventual desintegración de las actividades tradicionales del campo.

Para que el Turismo Rural se constituya en un factor de desarrollo, este deberá estar o ser contemplado en un plan económico estratégico, en el nivel local y/o regional.

Este plan deberá considerar los aspectos relacionados con el desarrollo social, económico, ambiental, físico y administrativo estimulando las diversificaciones de la base económica por medio del desarrollo de actividades complementarias, como la capacitación de recursos humanos para la prestación de los servicios específicos requeridos por la actividad del Turismo Rural o estímulo al incremento de la producción de objetos

de artesanía y de productos relacionados con la actividad agropecuaria, el apoyo a la implantación de pequeñas propiedades y la implantación de actividades de soporte para la prestación de los servicios turísticos.

Para que esta estrategia tenga éxito es indispensable el apoyo y participación efectiva de la comunidad local, sin la cual ninguna política o estrategia de desarrollo podrá ser aplicada con éxito. Sólo una vez que las comunidades locales estén debidamente concientizadas, tendrán recién el poder para definir la intensidad y los rumbos pretendidos para la actividad en esa localidad.

Finalmente debo señalar que el Turismo Rural proporciona a las áreas rurales una segunda oportunidad una vez que la primera se pierde con la fatiga o el agotamiento de su potencialidad productiva, a través del uso indiscriminado del suelo o pesticidas.

Su futuro y sustentabilidad dependen de la calidad del producto ofrecido, de la promoción de los valores locales, de la protección ambiental que las comunidades realicen de sus áreas y de la permanencia de la cultural local.

BIBLIOGRAFIA

- DEFERT, Pierre. 1985 "Essai d'Analyse Sociométrique pour un meilleur Tourisme Rural". In : Revue de Tourisme. (2): 6-10.
- GREFFE, xavier.1994 "Is Rural Tourism a lever for Economic and Social Development?" In: Journal of Sustainable Tourism 2 (1&2): 22-40.
- HMMELBRUNNER, Richard & MIGLBAUER, Ernst 1994. "Tourism Promotion and Potential in Peripheral Areas: The Austrian Case" In : Journal of Sustainable Tourism. 2 (1&2) 41-50.
- KRIPPENDORF, J 198, "The Holiday Makers – Understanding the Impact of Leisure and Travel. Oxford. Heinemann.
- RICHARDSON, S.L. 1991. "Colorado Community Tourism Actions Guide". University of Colorado.

***Maestra y Doctora en Ciencias de la Comunicación, en las áreas de Planeamiento y Marketing Turístico de la Universidad de Sao Paulo. Autora de libros de Marketing Turístico.**