

Margarita Ruiz

Máster en comunicación (social),
 Universidad Católica de Lovaina (Bélgica).
 El surgimiento de las historias en la conversación ordinaria.
 Disertación calificada con gran distinción.
 Diploma en comunicación (social), Universidad Católica
 de Lovaina (equivalente al Master of Arts estadounidense).
 Diploma en formación literaria,
 Universidad Católica de Lovaina.
 La narratividad del sentido en la conversación ordinaria.
 Disertación calificada con distinción
 (equivalente al Master of Arts estadounidense).
 Licenciada en filosofía, Universidad de los Andes,
 Bogotá, Colombia.
 Sobre el comprender - Heidegger y Gadamer.
 Directora ejecutiva de la Corporación Agrotur
 Corporación Colombiana para el Agroturismo Sostenible
 Sede administrativa principal en Bogotá.



**LA OFERTA
 AGROTURÍSTICA COMO
 ESTRATEGIA ECONÓMICA
 Y CULTURAL PARA UN
 DESARROLLO SOCIAL
 SOSTENIBLE**

**AGROTOURISM:
 AN ECONOMIC AND
 CULTURAL STRATEGY
 FOR LOCAL SUSTAINABLE
 DEVELOPMENT**

Campeño es todo aquel que vive en y del campo.

El agroturismo hace de la vida y producción campesina el atractivo turístico que cada día moviliza más turistas en el mundo.

Resumen

El agroturismo surge como una tipología turística complementaria y de revalorización de la vida del campo, basada en ejes productivos agrícolas, pecuarios y forestales, buscando la sostenibilidad ambiental, económica, social y cultural de la pequeña y mediana unidad agraria, y el bienestar económico de las comunidades a través de la articulación armónica de la actividad turística con los ritmos y prácticas cotidianas campesinas.

Este artículo pretende compartir las reflexiones y precisiones sobre el deber ser del agroturismo y su desarrollo en las unidades familiares productivas y las condiciones que hacen de éste una herramienta útil para el desarrollo rural sostenible.

Palabras clave: vida rural, unidad familiar agraria, potencial multifuncional, revaloración, identidad cultural, relaciones campo-ciudad, experiencia educativa, complementariedad, conectividad y cooperación, ritmo de transformación, sostenibilidad.

Abstract

Agrotourism, based on agricultural production and forestry, has emerged as a complementary type of tourism concerned with revaluing rural lifestyles. It seeks the environmental, economic, social and cultural sustainability of small to medium scale agricultural plots as well as communities' economic well-being by means of coordinating tourist activities with every-day farming practices.

This article attempts to consolidate considerations and themes related to the guiding principles of agrotourism and its development among families involved in agriculture. It also considers the conditions which make agrotourism a useful tool for sustainable rural development.

Key words: Rural life, agricultural family plot⁶⁵, multifunctional potential, revalua-

tion, cultural identity, rural-urban relations, educational experiences, complementarity, connectivity and cooperation, rate of change, sustainability.

Introducción

En el contexto de la crisis socio-económica, el potencial multiactivo de la unidad agraria señala la actividad turística como un renglón estratégico para lograr la sobrevivencia económica de la pequeña y mediana unidad agraria. El desarrollo de la actividad turística amplía las opciones de aprovechamiento del potencial multifuncional de las actividades agrícolas, forestales y pecuarias, para generar ingresos complementarios que faciliten la permanencia productiva de la pequeña y mediana explotación rural. Sin embargo, las tendencias dominantes del desarrollo de la industria turística ponen en peligro tanto la sostenibilidad cultural de la vida rural actual como el tejido social que hacen de la diversidad de los sistemas agrarios el relicto de una realidad agroambiental donde las sociedades reconocen los secretos de una salud psico-social digna de ser conservada, potenciada y compartida por el habitante de la ciudad.

El agroturismo es una actividad dúctil para hacer que el flujo de visitantes y recursos que ellos llevan al campo faciliten, en lugar de entorpecer, la revaloración simbólica y económica de pequeñas y medianas propiedades rurales, diversificadas en sus prácticas agrícolas, pecuarias y forestales, y ricas en vida y tradiciones culturales. Factores que aportan a las regiones los fundamentos de su identidad cultural y, al mundo, la certeza de reconocerse múltiple, diverso, vivo, y lleno de alternativas a los modelos socioeconómicos homogenizantes que día tras día asfixian la creatividad de un número creciente de seres humanos en los centros urbanos.

Esa alteridad que el campo, como realidad viva y diversa, significa para el mundo urbano es, de manera creciente, objeto de esfuerzos

públicos y privados que buscan preservarlo de la corriente vertiginosa de la globalización de patrones culturales y de consumo.

El agroturismo puede y debe ser una actividad cultural y económica que facilite la soberanía de las comunidades rurales y la viabilidad económica de sus unidades familiares agrarias. De hecho, la tendencia creciente en los países donde el turismo rural es un renglón importante de las economías regionales muestra la preferencia del turista por las fincas donde la estada ofrece las condiciones para que el visitante viva la experiencia de compartir unos días con una familia rural centrada en sus ritmos y prácticas cotidianas, y capaz de ofrecer alimentos sanos, hospitalidad y el espacio socioafectivo para compartir los placeres tradicionales de la vida rural.

Pensemos que gracias a la actividad turística el productor rural tiende el puente entre el ciudadano y la naturaleza domesticada que le brinda su alimento. Con esta relación directa y afectuosa se movilizan cambios en los patrones de consumo de la población urbana y se le devuelve a la producción, para el autoconsumo, su poder cultural y su sentido económico. Con ello, la sociedad gana en el camino hacia la armonización de las relaciones tanto simbólicas como económicas campo-ciudad, y en la comprensión mutua de las formas de vida de cada uno de esas dos lógicas productivas.

La meta principal del desarrollo de la oferta agroturística es ayudar a la familia rural a encontrar el bienestar económico buscado en articulación armónica con su proyecto de vida en el campo. Adicionalmente, se le brinda al huésped la oportunidad de compartir, por unos días, las dichas y pesares de la vida rural, y contribuir al retorno de ingresos al mundo rural.

⁶⁵ Area of land required to obtain an income of 2 minimum salaries for a family - Translator's note.

Desglosemos este punto de vista que recoge las reflexiones y discusiones de un grupo de personas que trabajamos por el desarrollo de un agroturismo sostenible. Para ello divido el texto en dos grandes apartes: precisiones sobre qué es el agroturismo y su desarrollo en las unidades agrarias, y consideraciones entorno a las condiciones que hacen del agroturismo una herramienta útil para lograr un desarrollo rural ambiental, económica, social y culturalmente sostenible.

¿Qué es agroturismo?

Permítanme reproducir aquí una larga cita de GUY TURCHANY, tomada de su intervención en el Primer Foro Mundial sobre Agroturismo y Turismo Rural, Italia 2000.

“Para mí, al menos, el agroturismo es aquello que hacíamos cuando estábamos jóvenes, es decir, hace 40 ó 50 años nos íbamos regularmente donde parientes o amigos para colaborar en la época de cosecha, en la vendimia, etc. Íbamos tanto para descansar como para ayudar en los trabajos del campo. Eso es lo que llamaría agroturismo. En ese caso el anfitrión, o sea, el agricultor, no sólo recibe turistas sino también una ayuda. Por su parte, el turista además del hospedaje y la alimentación tiene la posibilidad de hacer la experiencia de la vida de campo. Esta es, de todas las formas de turismo, aquí tematizadas, la más rica en experiencias y sin duda la más sostenible. Requiere relativamente poca inversión por parte del productor, y aun menos en infraestructura, porque los medios de transporte público pueden perfectamente suplir el servicio. Este tipo de turismo puede animar a quien lo practica a producir ecológicamente, tendiendo hacia la producción biológica, pues sus huéspedes apreciarán la alimentación sencilla y sana que les servirán durante su estada, e incluso podrán éstos volverse clientes permanentes de su producción. En este tipo de turismo se combina un placer sencillo con la formación de clubes de consumidores. Pero, ¿podemos desarrollar ese tipo de turismo durable a pesar de los

intereses de las grandes agencias turísticas? ¿Sin siquiera ofrecer la creación de empleo en masa?” (TURCHANY, 2000, 41)⁶⁶.

Para precisar y diferenciar la actividad agroturística de otras clases del turismo rural y el ecoturismo, empecemos por compartir con ustedes una matriz clasificatoria de unidades turísticas en medio rural y natural.

Matriz clasificatoria de las unidades turísticas

Hablar de actividad agroturística es hablar de la dinámica socioeconómica y cultural en que se conectan dos polos complementarios: la unidad productiva donde se establece la oferta de servicios turísticos (unidad agroturística) y el demandante de dichos servicios (turista).

Para construir una clasificación que nos permita discernir diferentes clases de turismo especializado, al interior del turismo rural y el ecoturismo, hemos elegido el polo oferente por razones esenciales.

Quien ofrece los servicios agroturísticos es sujeto psicosocial perteneciente al ámbito ecogeográfico y ecocultural, donde se realiza la actividad. Como tal, conoce y maneja el lugar, las condiciones culturales y naturales que lo caracterizan y lo convierten en el destino turístico que es. El oferente está allí. Allí se le encuentra en toda la complejidad de su cotidianeidad y está llamado a ejercer soberanía sobre su territorio.

Dejamos de lado el polo demandante porque quien demanda los servicios, el turista, está de paso. Su búsqueda aleatoria obedece a los

⁶⁶La ley colombiana define el agroturismo como aquel “tipo de turismo especializado y dirigido en el cual el turista se involucra con el campesino en las labores agrícolas. Por sus características, este tipo de turismo se desarrolla en actividades vinculadas con la agricultura, la ganadería u otra actividad, buscando con ello generar un ingreso adicional a la economía rural” (Ley 300 de 1996).

caprichos impredecibles del deseo de conocer y disfrutar de lo que le muestren y ofrezcan. Deseo que es, por definición, móvil y exige ser satisfecho con inmediatez. Es un deseo de consumir que se entrega a lo que otros han determinado como consumible, porque el sujeto de ese deseo no es dueño del lugar ecosocio y cultural que lo acoge. En su movilidad, el turista pasa en un mismo día de un tipo de turismo especializado a otro, sin ningún reparo.

Por experiencia propia y los relatos que dan cuenta de la ajena, sabemos que el viajero busca el campo para disfrutar de los paisajes rurales, la gastronomía y la, nunca suficientemente tipificada, amabilidad de sus gentes. Por su parte, quien busca “naturaleza” quiere disfrutar de los relictos de ecosistemas naturales, sus retos, sorpresas y secretos. Más allá de esto, resulta inútil aventurar cualquier hipótesis generalizante sobre el tipo de experiencia que busca y vive el turista.

Si miramos las diferencias desde el polo demandante, es decir el turista, se entiende por qué y con frecuencia, se rechazan las clasificaciones y en varios países se cobijan bajo el techo del turismo rural o del ecoturismo las seis subclases de actividad turística que ofrece nuestra matriz clasificatoria⁶⁷.

La matriz clasificatoria que presentamos busca diferenciar las distintas clases de unidades productivas del medio rural y natural, en su condición de unidades turísticas, donde se articula una serie de servicios turísticos. Los criterios que nos permiten construir la clasificación son: tipo de ecosistema que acoge la actividad turística; tipo de eje productivo que caracteriza la unidad, y tipo de relación entre la actividad turística y dicho eje productivo.

– Diferenciamos dos tipos de ecosistemas que acogen la actividad turística: los ecosistemas naturales, en conservación o restauración, de los ecosistemas rurales.

– Contemplamos cinco tipos de eje productivo de las unidades turísticas: agrícola, pecuario, forestal, artesanal y ambiental (entendido este como la producción de bienes y servicios ambientales).

– Y retomamos el principio de complementariedad –central en la conceptualización europea– para diferenciar los tipos de relación de la actividad turística con el eje productivo, lo que nos permite hablar de relación de complementariedad o de identidad.

Encontrar una relación de complementariedad supone el respeto de dicho principio que:

– Exige que las actividades agroturística y de turismo rural artesanal estén en relación de complementariedad con la actividad central de la unidad productiva, sea ella agrícola, pecuaria, forestal o artesanal. Entendiendo que la actividad productiva, no turística, es mayor en términos de tiempo de trabajo invertido.

– Exige que la actividad ecoturística esté en relación de complementariedad con el propósito central de la reserva natural. Entendiendo que el imperativo de conservación de los ecosistemas naturales, o restaurados, y su biodiversidad fija los límites al desarrollo productivo y turístico en la unidad.

– Exige que la oferta de cualquier unidad turística entre en una relación de complementariedad con las actividades agrícolas, pecuarias, forestales, ambientales y artesanales de su comunidad de

⁶⁷ En nuestro país, marco legal colombiano, se diferencia radicalmente el ecoturismo del agroturismo y otorga ventajas tributarias al ecoturismo de la sociedad civil, por ejemplo. Por ello hoy muchos empresarios turísticos quieren hacer pasar su oferta turística como ecoturística, generando desinformación en el cliente.

vecinos. Entendiendo que el respeto por la vida productiva, social y cultural de la comunidad vecina prima sobre el ánimo de lucro de la unidad turística.

Encontrar una relación de identidad significa que la actividad turística es la que da sentido social y económico a la unidad productiva, haciendo que todo lo que en ella se produzca logre atraer y satisfacer al turista para maximizar los rendimientos de la empresa turística.

Todo lo anterior nos permite discernir entre dos clases principales de actividad turística: el ecoturismo y el turismo rural.

Comprendidas por estas dos clases, encontramos seis subclases de actividad turística: ecoturismo de la sociedad civil; ecoturismo de Estado; agroturismo; turismo rural artesanal; turismo rural de recreación masiva, y turismo rural hotelero.

Las unidades turísticas que le corresponden a cada una de estas subclases de actividad turística son, en su orden: la reserva natural de la sociedad civil; la reserva natural estatal; la unidad agroturística; la casa rural artesanal; el parque temático, y el hotel rural.

Vemos entonces que el agroturismo es aquella actividad turística especializada, acogida en un ecosistema rural, desarrollada en unidades productivas cuyo eje sea agrícola, pecuario o forestal, y se encuentre en relación de complementariedad con dicha actividad turística. En consecuencia, la unidad turística que está en condiciones de desarrollar un oferta agroturística es la unidad agraria, en producción.

La unidad productiva, que en las culturas rurales tradicionales se caracteriza por ser ese pedazo de tierra en que se articula la economía familiar rural, puede ser llamada *unidad rural familiar productiva*. Dicha uni-

dad ha tomado muy diversos nombres en las distintas regiones y comunidades locales. En Colombia hablamos de la parcela, la finca, la chagra, el monte, la granja, etc. Aquí hablaremos de la unidad rural familiar productiva, para referirnos a todas ellas.

La noción de *unidad agraria* cobijaría, también, aquellas propiedades rurales que manejan una economía empresarial cada vez más cercana a la lógica de la producción industrial, y cada vez más lejana de la cultura rural tradicional viva en la *unidad familiar productiva*.

Ahora bien, el desarrollo de una actividad turística de calidad debe estar orientada por el principio que exige conexión:

- Entre la actividad turística del visitante y la actividad productiva principal del oferente, sea mediante la oferta de alimentos o artesanías elaborados en la unidad productiva, o la oferta de actividades características de la vida rural local (visitas guiadas, participación en las actividades productivas, caminatas, cabalgatas, baños de quebrada, etc.).
- De la puesta en marcha de actividad turística con la conservación, adecuación y restauración del patrimonio arquitectónico, respetando la estética y materiales tradicionales de las diferentes construcciones rurales.
- De la actividad turística con las demandas locales de empleo y comercialización de productos.

Sólo así se podrá ofrecer una experiencia agroturística de calidad que se traduzca en ventajas tanto para el productor rural, oferente de los servicios turísticos, como para la economía local y la sociedad en general.

Algunas de las ventajas de entender así

el agroturismo son evidentes para el polo oferente:

- Reconocimiento de la cultura rural tradicional y todas sus manifestaciones como el atractivo supremo del destino agroturístico.
- Reconocimiento de cada uno de los miembros de la familia rural, y del trabajador del campo, como el mejor de los anfitriones, maestros y guías posibles. Lo que supone una re-valoración de lo que el habitante del campo es y sabe, gracias a su experiencia, y exige acoger la heterogeneidad de la oferta, dado que toda propiedad rural en producción es una unidad turística potencial, pues desde la pequeña parcela campesina hasta la gran hacienda encontramos los variados valores de la cultura y el saber rurales.
- Poca inversión inicial, distinta a las mejoras que la vivienda rural haya esperado.
- Ocasión para habilitar productivamente la infraestructura tradicional de que se dispone.
- El incremento de ingresos, gracias a la explotación del potencial multiactivo de la unidad familiar productiva.
- La generación de nuevas redes de mercado para los productos de la finca.
- El aprovechamiento del carácter multifuncional de la actividad rural productiva.
- La generación de empleo familiar y comunitario.
- Una cierta modificación de la balanza de ingresos ciudad-campo, dado que retorna al campo parte del capital acumulado en las ciudades.

Por su parte, el visitante tendrá la posibilidad de “embarcarse en una experiencia educativa, activa e intensa” (COMEN, 2000; 2), que le brinda la oportunidad de un aprendizaje acerca de las prácticas agrícolas, la nutrición y el estilo de vida del campo. Para los niños, las vacaciones en el campo encierran una experiencia de vínculo directo con la naturaleza domesticada que redunde en salud física, afectiva y mental. Para el adulto cabeza de familia la heterogeneidad de las unidades agroturísticas significa diversificación de los destinos turísticos y los precios.

Sin duda, los turistas vivirán muy diversos niveles de implicación personal en la experiencia cultural que su anfitrión está en condiciones de ofrecer. El anfitrión ha de aprender a respetar y dialogar con esos niveles de implicación.

Recogiendo lo dicho hasta aquí, podemos subrayar cómo el agroturismo que logra ofrecer una experiencia rural de calidad no requiere de grandes inversiones; cuestiona el modelo de los estándares internacionales y evita la sustitución paulatina del anfitrión nativo por mano de obra calificada, o su transformación en mano de obra al servicio de la industria turística, que termina por concentrar el ingreso. Dicha concentración del ingreso no facilita la viabilidad económica de la pequeña y mediana unidad rural familiar productiva, cuya sobrevivencia redunde en condiciones económicas de sostenibilidad social de cualquier proyecto de paz que podamos albergar.

TURCHANY, quien identifica el turismo rural con lo que nosotros hemos clasificado en nuestra matriz como el turismo rural hotelero y de recreación masiva, afirma: “El turismo rural supone, ante todo, infraestructura hotelera. En este tipo de turismo nos aproximamos más a la noción convencional de turismo: uno pasa un tiempito en el campo, se relaja, descansa, está libre. Exigimos de nuestros

anfitriones servicios similares a los de la hotelería y habitaciones, o mejor, casa para nuestra familia. Yo clasificaría dentro de esta categoría a los propietarios de casa de recreo en el campo. Para este tipo de turismo resulta necesario ocuparse de la necesidad de distracción local de nuestros huéspedes, se debe crear una infraestructura para el recibimiento, explotando los recursos regionales desde el punto de vista de fauna y flora, folklore, artesanía local y todo lo demás. Vemos pues, que estamos frente a un turismo mucho más exigente en términos generales y en inversión. Para este caso la infraestructura existente no es suficiente, será necesario crear una infraestructura para la recreación (pistas de ski o ciclovías, piscinas, pistas de patinaje, etc.). Para hacerlo se deberá contar con un flujo mínimo de turistas, y asegurarles el cómodo acceso a la región. Esto supone infraestructuras de transporte que serán con frecuencia privadas antes que públicas. Es un turismo que interesa inmediatamente a las agencias turísticas, crea nuevos empleos para profesionales y expertos y contribuye al sostenimiento de una población activa, importante a nivel regional; pero su impacto sobre el medio ambiente será mucho más fuerte que en el caso de agroturismo” (TURCHANY, 2000, 41).

Para nosotros es claro que el desarrollo del agroturismo ambiental, económica, social y culturalmente sostenible pone en funcionamiento una dinámica socioeconómica y cultural muy distinta a la de la industria turística.

Pasemos a examinar las relaciones de complementariedad del agroturismo con otras formas y actividades turísticas en el medio rural.

Relaciones de cooperación –Unidad agroturística y oferta local complementaria–

El desarrollo de la actividad turística debe

articular la oferta nucleada en la unidad turística, que frecuentemente coincide con las *unidades rurales familiares productivas*⁶⁸, y la oferta local comunitaria y regional complementarias.

Aclaremos qué entendemos por comunidades rurales, las cuales son llamadas a construir una oferta agroturística variada y de calidad. La riqueza ecogeográfica y étnica de un país como el nuestro señala la diversidad cultural de que aún gozamos como la mayor de nuestras ventajas. Cuando hablamos de comunidades rurales nos referimos a todos y cada uno de los distintos grupos humanos que viven en y de la naturaleza doméstica, articulando su actividad diaria a la producción de alimentos, fibras y materias primas naturales. Podemos hablar de comunidades rurales de indígenas, negros, mestizos, mulatos y zambos, que han construido, a lo largo de su historia, sistemas y prácticas agrícolas heterogéneas, regalando la geografía nacional de la diversidad de paisajes culturales de que disfrutamos. En esa diversidad está la riqueza y el valor supremo que hacen de nuestro país un destino privilegiado del turismo rural en general y del agroturismo en particular, si sabemos conservar, gozar y aprovechar la heterogeneidad cultural y étnica de nuestros sistemas agropecuarios productivos y su potencial multifuncional.

Ahora bien, entendemos que hay una oferta nucleada cuando los servicios de alojamiento, alimentación, aprendizaje y esparcimiento de los huéspedes estén nucleados en una unidad rural familiar productiva. La diversificación de la oferta en la unidad agroturística depende de la variedad de actividades productivas y lúdicas que en ella se adelanten, y del aprovechamiento de la multifuncionalidad de cada una de ellas. Pensemos en:

⁶⁸ Concepto en proceso de construcción por las comunidades negras, que es recogido en el Plan Nacional de Desarrollo del pueblo afrocolombiano.

- El hospedaje que acoge al visitante en la vivienda rural.
- La alimentación, que aproveche la producción de pancoger y los alimentos procesados en la finca.
- Las actividades recreativas en conexión con la vida y tradición lúdica locales.
- Las actividades educativas en conexión con la rutina diaria de las labores de campo, adelantadas como intercambio de experiencias productor-productor o productor-huésped.
- La comercialización de los productos de la finca.

La oferta será complementaria cuando los servicios ofrecidos sean externos a la *unidad rural familiar productiva* y sean actividades que aprovechan prácticas culturales o riquezas naturales de la región, apuntando a satisfacer la necesidad de variedad en las opciones de esparcimiento para el visitante.

Recordemos que al agroturismo lo define el hecho de que la economía familiar del anfitrión y los servicios ofrecidos se articulan entorno a la producción agrícola, pecuaria y forestal de la propiedad donde atiende a los huéspedes. Una familia cuya empresa turística no está en conexión con cualquiera de los tres tipos de producción característicos de la explotación agraria podrá ofrecer servicios complementarios sin hacer agroturismo. La diferencia entre el agroturismo y otras formas de turismo rural la marca tanto la relación de conectividad con la actividad productiva central, o eje productivo de la unidad, como el carácter complementario de los ingresos que la actividad turística significa para la familia rural.

Gracias a la oferta local complementaria, el visitante podrá participar de labores agrícolas y de esparcimiento, adelantadas por la comunidad de vecinos. Es fundamental desarrollar una oferta complementaria que involucre y beneficie a la comunidad local,

aprovechando las habilidades y riquezas de cada cual. Así, no sólo la familia que hospeda puede beneficiarse sino también sus vecinos. Cooperación que redunda en la calidad de las relaciones comunitarias.

Dentro de la oferta local complementaria están la tienda de artesanías, la visita a la familia de artesanos, el restaurante típico o la tienda tradicional del pueblo vecino, la fábrica local de productos alimenticios, la cascada y el vaso de leche o el sancocho de la vecina, el grupo musical local, la hilandería del pueblo, el fabricante de ruanas o ponchos, las actividades curativas que aprovechan la riqueza natural y cultural, y tantas otras actividades propias de la vida rural que constituye el ámbito social, económico y cultural en que se desenvuelve la vida familiar del habitante del campo. Por eso, las fiestas, ferias, mercados y toda suerte de acontecimientos colectivos son tan importantes para que el turista pueda sumergirse en la cultura local que visita.

Cuando se trabaja en relaciones de cooperación con la comunidad local, el visitante puede aprender más fácilmente a respetar y mantener un estilo de turismo “sostenible dentro de las limitaciones del sistema económico, social y ambiental rurales” (COMEN, 2000; 2).

COMEN sintetiza los requisitos para desarrollar un turismo que armonice la oferta nucleada en la unidad agroturística con la oferta local complementaria, propiciando así la sostenibilidad e integralidad del producto turístico en medio rural. Dichos requisitos son:

- “Contar con un lugar de base.
- Incluir un tema central o foco para el visitante.
- Combinar la experiencia de ecosistemas naturales y comunidades humanas.
- Mostrar cómo los humanos interactúan con la naturaleza.
- Vincular directamente la experiencia

turística con la agricultura de pequeña escala.

- Convertir los patrones de vida rurales, es decir, la cultura rural en la atracción.
- Saber que lo ordinario para la comunidad anfitriona se vuelve lo extraordinario para el visitante.
- Lograr que los mayores de la comunidad provean los conocimientos ancestrales, la memoria colectiva, para nutrir el programa de interpretación del mundo rural que acoge al turista.
- Construir asociaciones entre aquellos miembros de la comunidad interesados en ofrecer una experiencia turística.
- Lograr que las asociaciones privadas, públicas y ONG se desarrollen para proveer apoyo, ánimo y formación para los participantes en los programas” (COMEN, 2000; 184).

Para cerrar esta parte podemos afirmar que el recuerdo de las experiencias personales de vacaciones en el campo, con los parientes campesinos más queridos, son la mejor guía para desarrollar nuestra propia oferta agroturística.

Hablar de la sostenibilidad de la actividad agroturística

Los imperativos de sostenibilidad aparecen con la emergencia histórica de la conciencia ambiental que advierte sobre el carácter limitado de los recursos naturales y pide disminuir la presión que el desarrollo económico ejerce sobre ellos. Con esto, el problema de la sostenibilidad se ubicó en la perspectiva de una economía ambiental que desarrolla los instrumentos socio-económicos necesarios para garantizar un comportamiento empresarial, social y doméstico, ambientalmente sostenible.

En forma paulatina se ha incorporado la exigencia de equidad social como garante de la sostenibilidad del crecimiento económico. Tenemos entonces tres factores claves: medio

ambiente, economía y sociedad. Hablar de sostenibilidad es hablar “... de la preservación del medio natural, los resultados económicos y la solidaridad social” (TURCHANY 2000; 42).

Estos tres aspectos de la sostenibilidad se abordarán lo más pronto por estar ampliamente tratados en la abundante literatura existente. Hoy nos interesa detenernos en la difícil y nunca suficientemente bien valorada búsqueda de respeto por las comunidades rurales locales y sus culturas, sin las cuales el agroturismo pierde su especificidad y razón de ser.

Normalmente la sostenibilidad ambiental y social de una actividad cualquiera se mira con el lente que el pensamiento económico impone. Entonces, la naturaleza se entiende como recurso natural, y lo social, como recurso humano, que entra en el balance económico de la administración social. Desde esa perspectiva se desarrollaron herramientas de cuantificación e indicadores de gestión muy útiles y ampliamente aceptados. Hoy nos inscribiremos en ese marco de referencia para recordar lo elemental de la sostenibilidad de los sistemas rurales productivos sostenibles, antes de adentrarnos en lo cultural.

Aspectos ambientales del carácter sostenible de la actividad agroturística

Sinteticemos el asunto así: la sostenibilidad ambiental de la actividad agropecuaria y forestal de una *unidad rural familiar productiva* depende de:

- La diversificación productiva de los agroecosistemas.
- La conservación de las semillas de la cultura agraria local.
- La conservación y manejo de bosques, fuentes de agua y energía.
- La producción y aprovechamiento de materia orgánica en la *unidad agraria* y las cuencas donde se halla.

– La restauración del equilibrio sistémico de los suelos agrícolas.

Factores que redundan en la conservación de los recursos naturales necesarios para garantizar la productividad de los agroecosistemas, sin los cuales no podemos hablar de desarrollo rural sostenible, ni de agroturismo ambientalmente sostenible.

Ahora bien, las preferencias del consumidor de paisajes y cultura rural que es el turista rural, señalan la producción orgánica y en armonía con la riqueza natural local como los destinos más buscados. Esto hace del agroturismo, bien entendido, un instrumento económico que facilita e incentiva la explotación agrícola ambientalmente sana.

De otra parte, aprovechar el potencial turístico de la *unidad rural familiar productiva* termina por hacer posible que el productor disminuya su presión sobre los recursos naturales de que dispone, puesto que “... lanzándose al ruedo del turismo, la gente tiene la oportunidad de preservar su entorno natural antes que sobreexplotar los ecosistemas para obtener una ganancia económica. Con una economía turística que respalda la cultura rural local, la gente del campo puede continuar viviendo en una relación armoniosa con la naturaleza, como lo han hecho durante cientos, sino miles de años” (COMEN, 2000; 2).

Lo que significa que trabajar en cooperación con la oferta ecoturística regional es clave para facilitar la sostenibilidad ambiental de la unidad agroturística.

Aspectos económicos y sociales del carácter sostenible de la actividad agroturística

Hay dos reglas de equidad en el reparto social del ingreso generado por el flujo turístico en el ámbito rural que señalan el camino para lograr la sostenibilidad económica y social

del agroturismo y hacer de él una actividad que facilite el desarrollo rural humano sostenible.

La primera establece que mínimo el 30% del ingreso regional proveniente del turismo rural y el ecoturismo debe quedar equitativamente repartido en la población rural nativa.

La segunda habla de la construcción del precio de los servicios y productos turísticos de forma tal que el productor rural y el prestador de servicios gane entre el 10 y el 30% sobre los costos de cualquier producto, actividad o servicio. La comunidad local de oferentes examinará la conveniencia de reglamentar colectivamente estos porcentajes. Esta segunda regla exige aprender a valorar económicamente tanto la renta del capital invertido en la unidad rural familiar productiva, el saber del anfitrión y las materias primas, como el tiempo de trabajo invertido en la producción de cada producto o servicio turístico.

Ahora bien, el beneficio social de la actividad agroturística depende de:

1. La diversidad agroecosistémica y socioeconómica de las unidades rurales familiares productivas que desarrollen su oferta agroturística.
2. El manejo agroecológico de la producción agropecuaria que incide en la calidad nutricional de nuestro alimento y por ende en la salud alimentaria de los colombianos, así como en la reactivación de la demanda de mano de obra rural, necesaria para hablar de un desarrollo rural sostenible.
3. La equidad en las relaciones socioeconómicas al interior de la unidad rural que redundará en la disponibilidad de una oferta de mano de obra rural suficiente para un desarrollo rural viable.

4. La equidad en las relaciones mercantiles productor-consumidor, sin la cual la sobrevivencia económica de la pequeña y mediana explotación rural es imposible a largo plazo. El agroturismo pone en contacto directo al productor con el consumidor, abriendo nuevas redes de mercado.

Convenzámonos que sólo así la actividad agroturística, en su condición de ingreso complementario para la familia rural, facilitará la viabilidad económica de la pequeña y mediana unidad rural productiva, que hoy abastece el 70% del mercado nacional de alimentos. Si no es así, la unidad agroturística abandonará la producción agrícola, pecuaria y forestal para volverse una empresa turística en medio rural.

Enfaticemos, al desarrollar la oferta agroturística debemos favorecer la viabilidad económica de las familias rurales, antes que hacer del campo una fuente de empleo para el profesional urbano que, incluso de buena fe, termina sustituyendo las unidades agroturísticas por empresas turística en medio rural, desplazando a la familia rural y destruyendo la cultura local.

La dimensión cultural del carácter sostenible de la actividad agroturística
Hablar de las transformaciones culturales encierra una dimensión que atañe los patrones de relación y producción simbólica al interior de los grupos humanos, es decir, atañe a la dimensión psicológica de los cambios que logran o sufren los sistemas humanos.

Es tarea urgente atender la valoración del impacto cultural y psicológico que el flujo turístico tiene sobre las comunidades anfitrionas, para así desarrollar criterios que faciliten definir estrategias que protejan al grupo anfitrión de sufrir alteraciones no deseadas y le permitan establecer los límites cuantitativos al flujo turístico.

Veamos. Se habla de la capacidad que los ecosistemas naturales tienen para restaurar el equilibrio, cuando un elemento externo lo altera. Dicho elemento será contaminante cuando irrumpe de tal manera que el sistema no alcanza a integrarlo sin romper sus patrones de relación, viéndose impactado negativamente. Se habla entonces de la *capacidad, carga o límite aceptable de cambio* de los ecosistemas naturales.

Ahora bien, lo mismo sucede con los sistemas humanos y, para el caso del agroturismo, nos referimos al sistema de relaciones afectivas, laborales y simbólicas en que consiste la vida del grupo anfitrión (familia y trabajadores). Sistema de relaciones que se articula al sistema humano de comunidad vecina y de ésta con su región, y así sucesivamente. Este grupo anfitrión es pues el sistema humano en que se expresa toda la construcción cultural que da identidad a la vida rural de cada región. Este grupo anfitrión tiene su *límite aceptable de cambio* que es el umbral, después del cual cualquier actividad turística resulta cultural y psicológicamente insostenible en el tiempo.

Evidentemente, nadie mejor que los grupos anfitriones pueden realizar la autorreflexión que los lleve a determinar cuáles son sus límites y cómo entrar a minimizar el impacto negativo de los elementos externos que entran en relación con el sistema cultural local. Ahí está la clave de este trabajo, que debe ser muy anterior a las urgencias por desarrollar la oferta turística y construir los productos para el mercado.

Si atendemos a las demandas del mercado antes que al llamado constante por parte de los valores y certezas culturales de la comunidad rural a la que pertenecemos, corremos el riesgo de violentar los patrones de equilibrio psicológico que la cultura tradicional, que nos alberga, ha construido a través del tiempo, y gracias a la experiencia decantada de las generaciones de ancestros, quienes en

su andar por este mundo fueron dibujando para nosotros el horizonte de sentido, donde nuestros actos innovadores y creativos ganan hoy su valor.

Hay aquí una noción que nos sirve para entender mejor este problema de la sostenibilidad cultural, se trata de los *ritmos de transformación* de los ecosistemas naturales y los sistemas culturales. Veamos. La manera como las distintas culturas se han construido puede valorarse respecto del grado en que han logrado armonizar sus prácticas culturales con los ritmos de la naturaleza de que forman parte. Otros dirían que la acción antrópica se armoniza o impacta el equilibrio de los ecosistemas naturales que los acoge, calificándola así de más o menos amigable con el medio ambiente y, por ende, más o menos sostenible.

Si pensamos que el *límite aceptable de cambio* del sistema receptor no es un valor en sí mismo sino que tiene que ver con la armonización de los ritmos del elemento externo con dicho sistema receptor, entenderemos que una interacción que calificamos de sostenible es aquella en que los ritmos de transformación de elemento externo se armonizan con los del sistema receptor, provocando cambios benéficos para los dos.

Como anfitriones, y conociendo la poca responsabilidad del turista promedio, tenemos el deber de fijar los límites a la acción transformadora que ese elemento cultural externo puede llegar a tener en nuestro sistema de relaciones afectivas, laborales y simbólicas. Por eso –insisto–, antes de hacer de nuestra *unidad rural familiar productiva* una unidad turística, debemos hacer un trabajo familiar de autorreflexión que nos permita poner en la balanza los beneficios económicos del agroturismo y los riesgos culturales, ambientales, sociales y psicológicos que la actividad encierra. Sólo así podremos diseñar estrategias para minimizar el impacto negativo que la

presencia del turista y su cultura pueda provocar en el equilibrio simbólico y relacional que tenemos en nuestra comunidad, y que se constituye en uno de los grandes valores y atractivos de la vida cultural rural.

Esto significa que si aceptamos ampliamente que las culturas ejemplares son aquellas que han logrado construir su modelo de desarrollo en dinámica armonización con los ecosistemas naturales donde se han asentado, el turista ejemplar será aquel que logre disfrutar su estada en dinámica armonización con las prácticas culturales de los grupos humanos que lo acogen, máxime si el gran valor social y personal que el turista rural busca es el contacto con la naturaleza doméstica y la vida rural, que lo espera en sus vacaciones en el campo. Mal haríamos en permitir que nuestro pedazo de tierra y el mundo rural en que vivimos se transformara hasta confundirse con los establecimientos turísticos que nuestro visitante puede encontrar en cualquier otro lugar. Mal haríamos en transformar la estética propia de nuestras casas y el estilo de relación que habitualmente tenemos con nuestros visitantes más queridos, creyendo que pareciéndonos cada vez más a lo que no somos, seremos mejores porque atraeremos un flujo mayor de turistas y divisas. El costo cultural y psicológico de obedecer la máxima según la cual “el cliente siempre tiene la razón” puede ser excesivamente alto e irreversible.

Recordemos: el turista responsable que quiere vivir una experiencia cultural sin hacer daño al grupo humano que lo acoge, debe domesticar sus urgencias consumistas para adecuar su demanda a la oferta cultural del grupo anfitrión.

El oferente de servicios agroturísticos tiene el deber de reeducar al turista, invitándolo a disfrutar los placeres y los trabajos del campo que ama. Sin duda, también está llamado a hacer algunas transformaciones mínimas, en su vivienda y sus hábitos, que respeten el

límite aceptable de cambio que el turista trae consigo, en su condición de sujeto cultural. Los *ritmos de transformación* que el visitante introduce en el sistema cultural local podrán armonizarse con los *ritmos locales de transformación* social y simbólica.

Ahora bien, quiero enfatizar en que las dimensiones cultural y psicológica son difícilmente cuantificables, aun cuando resulta esencial para la sostenibilidad integral del agroturismo. Sin duda, la pequeña y mediana propiedad rural son los escenarios económicos donde las tradiciones ancestrales tienen mayor probabilidad de subsistir y nutrir la cotidianidad de las relaciones humanas y de nosotros con la naturaleza.

La alteridad del mundo rural respecto del urbano y sus urgencias, y la diversidad de mundos culturales que encontramos en las distintas regiones, son un llamado para ver y resaltar la riqueza humana y ecosistémica que guarda esa *heterogeneidad*. La actividad agroturística debe ser cómplice de dicha heterogeneidad. Por ello debe respetar las manifestaciones culturales cuya sobrevivencia garantiza el sano y pausado acaecer de las tradiciones culturales, con las transformaciones que siguen los ritmos de la experiencia colectiva, decantada y vigilada por la comunidad local.

La sostenibilidad cultural y psicológica son un horizonte de trabajo más que una cualidad certificable de una unidad o actividad turística. Dicha búsqueda supone un permanente y muy alerta diálogo de la familia y el grupo humano local anfitrión, consigo mismos y con sus valores, creencias y certezas ancestrales.

Quiero hacer ver y sentir el peso que gana la consideración sobre los *ritmos*, en esto de la sostenibilidad cultural y psicológica de la actividad turística en medio rural, y particularmente en las *unidades rurales familiares productivas*.

Retomemos. Las transformaciones culturales son parte de la dinámica de todo sistema humano y toda tradición cultural, expuestas al contacto con agentes externos. Son sus ritmos dispares los que marcan la diferencia entre unos y otros.

El advenimiento de la modernidad y, con ella, la importancia que cobran el crecimiento económico y las libertades individuales instauran ritmos de transformación vertiginosos que no dan tiempo para que las comunidades locales reprueben o se recreen en los cambios introducidos por elementos culturales externos, en particular los de origen urbano. Adicionalmente, los escenarios sociales donde se crean las tecnologías de producción rural industrializada y las metodologías de administración social obedecen a ritmos de transformación avalados por el proyecto progresista de la modernidad. Por lo general, dichos escenarios son externos a las comunidades rurales locales que se convierten en los consumidores obligados de dichas tecnologías, perdiendo así el control social sobre las herramientas de trabajo, los instrumentos simbólicos y las relaciones comerciales que introducen cambios profundos en las relaciones culturales y, por ende, en los ecosistemas rurales y naturales.

Sabemos que la sostenibilidad cultural del turismo en ecosistemas rurales depende de la calidad de la interacción directa entre el huésped y el habitante del campo, sus labores, sus historias, sus penas y dichas. Para ello la actividad turística debe impregnarse de la cotidianidad, valores, costumbres, creencias y quehaceres locales.

Durante la visita del turista, la unidad agroturística debe conservar las rutinas del diario vivir y producir en el campo donde se halle, y el anfitrión debe ser la familia y los trabajadores habituales del lugar.

La estética rural que caracteriza los espa-

cios de la casa; el ir y venir de la cocina a la mesa; el correr de las horas y los días; la conversación que acompaña las labores; el arreglo de los jardines y los huertos; las historias que cuentan los mayores; los animales merodeando la casa de habitación; el saber y la memoria de los viejos; el silencio de la noche, la luna y la lluvia golpeando los aleros; la cosecha, las gallinas y los perros, son los mayores atractivos que el agroturista pueda vivenciar. Su experiencia será tanto más rica cuanto mayor sea la posibilidad de compartir la vida rural que visita, en todas sus dimensiones y su alteridad.

Cada región ecocultural, y cada familia, ofrece una experiencia agroturística distinta al visitante, quien volverá a su cotidianidad tanto más renovado cuanto mayor haya sido su contacto con ese otro mundo que conoció y disfrutó.

La idea del desarrollo humano sostenible es un sueño sensato que alerta sobre los peligros de las historias sociales y de intercambio comercial cuyo proyecto social y cultural no avala nada distinto del productivismo globalizado y homogeneizante.

El agroturismo debe organizarse de tal manera que el control sobre los cambios siga siendo potestad familiar y de las comunidades locales, antes que de las exigencias del mercado turístico anónimo.

Dicha capacidad de centrar el poder de autodeterminación comunitaria redundará en el reconocimiento y viabilidad de la producción estética de las comunidades locales; la conservación de su patrimonio arquitectónico, en su línea de innovación, y la valoración de la calidez humana en el trato que el anfitrión pueda dar al huésped, entre otras.

Pensando en el respeto por la identidad del sujeto rural, su sensibilidad, acciones, palabras, modos de pensar, y su lógica racional

y narrativa; esto es, su condición de sujeto psicosocial y cultural, podemos decir que en la relación anfitrión-huésped debe prevalecer un estilo relacional y un ritmo de adecuación que permita el contacto y la atención cálida y pausada que el visitante espera de la gente del campo.

De la sobrevivencia económica de la pequeña y mediana propiedad rural depende la permanencia de las culturas rurales diversas, y, en consecuencia, la riqueza nutricional y estética que guarda la variedad gastronómica regional tradicional, en un país multicultural y pluriétnico como el nuestro.

La sostenibilidad cultural del agroturismo depende de los dispositivos diseñados para que esa condición de ser huésped no se vea rota por la relación económica que se establece al pagar por las atenciones recibidas en el campo, que antiguamente se ofrecían sin costo alguno.

No romper los ritmos de la vida cotidiana que exige el quehacer diario en el campo es parte importante de la calidad de la experiencia vivida por el turista y, por ende, del éxito de la unidad agroturística.

Más allá de la adecuación pertinente de las habitaciones que albergan al visitante, la oportunidad, calidez y espontaneidad en la atención es lo que garantiza la riqueza de la experiencia y trae más visitantes, elementos que no tienen precio pecuniario pero que son los que más cuentan en el balance que el turista hace cuando comenta cómo le fue en sus vacaciones en el campo.

Cada unidad agraria, cada familia, cada tradición rural tiene algo particular que ofrecer: la estética visual de su hogar y la armonía teatral que componen los ritmos en que desarrollan las tareas diarias. Pensemos cuán agradable resulta una conversación en la cocina, mientras nuestra anfitriona calienta la leche del

desayuno y nos ofrece un tinto fresco hecho en aguadepanela. Qué grato es ayudar de pronto a moler en maíz en una vieja máquina de moler como las que no veíamos desde la infancia, y redescubrir la receta de las arepas que hacía la abuela. O cargar la silla para el caballo que vamos a montar y tener la oportunidad de ponerle los aperos, aprender a ajustarlos a nuestra medida y oír una vieja historia del caballo que nos llevará en su lomo.

En el acompañamiento espontáneo de la charla de sobremesa que se prolonga sin otra urgencia que conversar, llegamos a oír las historias de la región que dan identidad al grupo familiar que nos acoge y su vereda, que quizás se acuesta más temprano que el turista o vigila cautelosa sus movimientos.

El agroturista debe entrar a congeniar con las urgencias diarias del habitante rural para tener la experiencia del trabajo con la tierra. Es como respetar el silencio en una sala de conciertos. El agroturista bullicioso, que es distinto al alegre reír de los niños y de los adultos regocijados, no va a disfrutar del espacio, las prácticas y los ritmos de los quehaceres rurales, sino a consumir aire puro, aventura y piscina. Como oferentes de servicios agroturísticos debemos construir la fuerza colectiva para rechazar ese tipo de visitante y lograr así ejercer el derecho de reeducar a quien no respete lo local en todas sus manifestaciones.

¿Cómo desarrollar un agroturismo culturalmente sostenible?

Yo me atrevería a decir que de lo anterior se colige la necesaria:

- Prudencia frente al modelo prestamista que promueve las grandes inversiones, supeditando el desarrollo turístico de la finca a la obediencia de modelos homogeneizantes que ponen en riesgo la cultura local, la economía familiar y con ello la

sobrevivencia de la pequeña y mediana propiedad.

- Prudencia frente al modelo homogeneizante de los estándares de calidad que niega el valor social de la diversidad agro-eco-sistémica, social y cultural de las unidades turísticas rurales, para supeditar todo desarrollo de la actividad turística a las exigencias del turista promedio y anónimo de los estudios de mercado.

Convencidos de que primero está la producción agrícola, pecuaria y forestal, y los visitantes vienen a insertarse en los *ritmos* del trabajo rural y la estética de sus prácticas y urgencias, y no al revés, sabremos qué admitir y qué no.

Al diseñar nuestros productos turísticos, no debemos dudar de nuestro derecho a elegir al huésped que nos interesa recibir. Saber que el agroturista que nos interesa quiere vivir la experiencia del campo, no la que encuentra en una empresa turística instalada en medio del campo donde recibe la misma fría atención profesionalizada del hotel cinco estrellas.

Construir formas organizativas que le permitan a la comunidad local ejercer el control del turismo que llega a su territorio, porque, sin duda, sólo una construcción colectiva y participativa podrá establecer los indicadores que regirán cada caso, para fijar los límites a la actividad turística.

De otra parte, trabajar en relación de cooperación con reservas naturales privadas, casas rurales artesanales, y un turismo de aventura responsable y sostenible, es parte de la estrategia ambiental, política y mercantil para el oferente de servicios agroturísticos que busca la sostenibilidad comunitaria.

Desarrollar alianzas estratégicas que garanticen un mercadeo justo y ágil de los productos agroturísticos.

Criterios de calidad cultural de la oferta agroturística

Recojamos indicadores prácticos que hayan quedado sueltos. Desarrollar una oferta agroturística en la unidad rural familiar productiva, que busque ser ambiental, económica, social y culturalmente sostenible, supone vigilar:

1. Las instalaciones para recibir al visitante, las cuales deben:

- Utilizar materiales nobles, diseños propios del patrimonio arquitectónico local y regional.
- Albergar mobiliario y decoración característicos de la cultura rural local.
- Ofrecer unas condiciones higiénicas y una estética de los servicios sanitarios acordes con la cultura del visitante promedio.
- Tener un aprovechamiento ambientalmente sano de fuentes de energía y cuerpos de agua.
- Mantener abastecimiento suficiente de agua potable para el consumo humano y las labores culinarias.
- Garantizar la descontaminación de aguas servidas.

2. Los servicios prestados al turista deben ofrecer:

- Un alojamiento que, sin importar si es modesto o lujoso, debe ser cómodo y presentar excelente higiene.
- Una alimentación que, si es modesta o lujosa, deberá ser elaborada en excelentes condiciones de higiene, y buscar la mayor calidad y salubridad de los ingredientes. Recordemos que los principios del agroturismo señalan la importancia de revalorar la gastronomía local para ofrecerla, en sano diálogo con el paladar del visitante.
- Actividades recreativas, educativas, curativas y comerciales: en conexión con las prácticas culturales y la producción locales.

3. La atención al huésped debe ser:

- Dada por la familia anfitriona, guardando la estética propia de la vida cotidiana habitual de la familia anfitriona, en sano diálogo con las preferencias del huésped.

4. La explotación agrícola, pecuaria o forestal debe buscar:

- La conservación de los sistemas agrarios ancestrales.
 - Las prácticas agrotecnológicas, en concordancia con los principios agroecológicos.
 - El manejo integrado sostenible de bosques, aguas, suelos, cultivos y explotación pecuaria.
- El respeto por los límites impuestos por la capacidad de carga de los ecosistemas naturales.

5. Las relaciones socioeconómicas han de favorecer:

- La economía familiar y comunitaria que dé empleo al nativo, en condiciones de equidad.
- Las prácticas productivas agropecuarias orientadas a la autonomía y soberanía alimentaria familiar, comunitaria y regional.
- Las prácticas comerciales equitativas conducentes al desarrollo humano sostenible.

6. En el ámbito cultural se debe vigilar:

- El respeto por los límites impuestos por los sistemas humanos, esto es, por los límites habituales al uso de los espacios, senderos, caminos, quebradas, y demás bienes comunitarios y públicos de las veredas (el mejor indicador es la queja repetida de más de dos vecinos).
- El respeto absoluto de las propiedades colindantes y los bienes simbólicos veredales y municipales.
- Que se acaten las decisiones de las organizaciones comunitarias locales y las

autoridades étnicas locales, que afecten el ejercicio de la actividad agroturística.

La construcción de una oferta local comunitaria que facilite la distribución de los ingresos dejados por el turista.

Instrumentos de clasificación y calificación de la calidad de la oferta agroturística

Existen instrumentos de calificación y clasificación de la actividad turística en medio rural que facilitan volver comercial la oferta diversificada, donde los valores ambientales, culturales, sociales y psicológicos de los mundos rurales puedan lograr reconocimiento público y entrar a competir en el mercado turístico.

Se trata de clasificar la unidad agroturística según el grado de rusticidad que ofrezcan sus instalaciones. También de calificar la calidad cultural de los productos, servicios y actividades ofrecidas en la unidad agroturística. El primer instrumento se tomó de la experiencia chilena; el segundo, de la experiencia italiana. Veamos.

La búsqueda de la democratización en la actividad turística exige la participación de todas las clases socioeconómicas de propiedad rural, construyendo así la diversidad de oferta necesaria para satisfacer la demanda proveniente de todos los sectores socioeconómicos de la sociedad nacional e internacional. Esta diversidad implica grados variadísimos de rusticidad en los distintos servicios ofrecidos.

Si bien toda prestación de servicios turísticos exige vigilar tanto la *higiene sanitaria, la seguridad de la infraestructura y la salubridad de los alimentos como la equidad en los precios*, la aceptación de variados grados de rusticidad no riñe con estas condiciones mínimas.

La clasificación por grados de rusticidad permite:

- Informar con claridad al turista.
- Establecer tarifas competitivas.
- Ofertar destinos turísticos a precios justos.
- Democratizar la actividad turística (oferta-demanda).
- Diversificar la oferta.

Por su parte, entender la *calidad de la oferta agroturística*, desde los valores culturales y psicosociales dignos de ser promovidos y conservados, facilita su reconocimiento y el diálogo con el turista que nos interesa. Para ello vale implementar formas de calificar la calidad de la oferta que cada unidad ofrece al turista, dispuesto a disfrutarla. Dicha calificación, *explícitamente mencionada*, se constituye en una valoración simbólica que no entra a determinar la escala de tarifas.

Sin duda, las expresiones regionales de rusticidad representan una estética rural que guarda valores sociales y éticos merecedores de nuestra atención, respeto y respaldo. La concepción expuesta del agroturismo dialoga con arquetipos universales de ruralidad, asociados al placer estético del sosiego, la sencillez, el cuidado por el otro y su alimento, el silencio, y el sentimiento sagrado de unidad con la bóveda celeste.

En tiempos de regímenes globalizantes, donde las leyes de la economía del mercado buscan dominar los principios mismos de la vida, avatares de valores supremos se dejan ver en la cotidianidad de un mundo rural sobreviviente. Pues bien, son esos asomos vivientes los que queremos exaltar y rescatar con el establecimiento de parámetros de calidad acordes con los principios e ideales que soporta esta presentación.

Para ello sugerimos la *mención explícita* de las características de la vida rural que restituyen nuestro vínculo con la tierra y brindan el ámbito propicio para un descanso profundo. En consecuencia, los parámetros de calidad podrán incentivar las manifestaciones culturales

propias del mundo rural tradicional, antes que la sofisticación o el lujo que puedan llegar a ostentar las instalaciones y los procesos productivos de la unidad turística.

Precisando, decimos que esta calificación incentiva:

- La recuperación del patrimonio arquitectónico y la revaloración del uso de materiales nobles y técnicas tradicionales.
- La conservación de la biodiversidad y el cuidado de los paisajes rurales autóctonos.
- El mantenimiento de una producción para el autoconsumo (frutales, verduras, hortalizas, tubérculos, lácteos, etc.).
- La producción orgánica, social, cultural, económica y ambientalmente sostenible.
- El procesamiento artesanal de alimentos.
- La oferta de una variada gastronomía local tradicional.
- La sanidad ambiental de la unidad turística (manejo de aguas, fuentes de energía, desechos y ecosistemas agrarios o artesanales).
- La conservación de fuentes de agua, bosques, corredores biológicos, cercas vivas, etc.
- La atención dada por los propietarios y los trabajadores habituales del predio.
- El empleo equitativo de mano de obra familiar.
- La recuperación productiva de prácticas agrícolas y oficios rurales.
- La inserción armónica de la oferta turística en las actividades productivas y de esparcimiento de la comunidad de vecinos.
- La oferta recreativa, en conexión con viejas tradiciones vivas en la finca, casa artesanal y comunidades vecinas.
- El rescate de los espacios familiares y comunitarios propicios para la transmisión oral de leyendas, mitos, cuentos de

espantos y desaparecidos, poesía, música, e historia local.

- La oferta de jornadas de enseñanza-aprendizaje, conducidas por el productor, artesano o habitante de la reserva natural.

Conclusiones

El reconocimiento de la multifuncionalidad de la agricultura, la ganadería y la producción forestal, y el consecuente desarrollo de la oferta turística, exige evaluar las actividades turísticas desde su impacto social, ambiental, cultural y psicológico.

Creemos que la sostenibilidad de una oferta agroturística diversa y de calidad depende pues de la sobrevivencia económica, social, cultural y ambiental de la pequeña y mediana propiedad rural que:

- Se entienda a sí misma como patrimonio de la heterogeneidad cultural de la humanidad.
- Valore prácticas sociales y vínculos simbólicos que restauren la importancia y vitalidad.
 - de las identidades culturales regionales.
- Instaura el diálogo entre las prácticas agrarias ancestrales y tradicionales con los nuevos desarrollos de la agroecología.
- Organice su producción, obedeciendo principios de justicia social y económica.
- Haga de la actividad agroturística una fuente complementaria de ingresos.
- Logre constituir redes o asociaciones de oferentes que le faciliten ser competitiva.
- Logre crear e insertarse en redes mercantiles equitativas.
- Propicie la equidad económica y el equilibrio cultural en la interacción campo-ciudad.
- Trabaje para construir la soberanía de las comunidades rurales sobre su territorio

ecocultural y la actividad turística que allí se adelanta.

Hay quienes han construido indicadores económicos y biológicos de sostenibilidad. Para nosotros hay un indicador infalible de la sostenibilidad del desarrollo rural: la sobre-vivencia digna de la multiplicidad de culturas rurales (mestizas, negras, blancas e indígenas) y su pilar fundamental, a saber: la pequeña y mediana propiedad, la autonomía alimentaria y la soberanía comunitaria.

Sólo el habitante del campo, campesino pobre o hacendado, está en condiciones de ofrecer un acompañamiento de calidad gracias a la verdad que encierra su experiencia vital.

Los elementos de reflexión que hemos puesto a disposición de ustedes ganan sentido si logran que cada uno de nosotros piense –desde su condición de miembros de una familia rural o promotores del desarrollo de la oferta turística– de qué manera la actividad turística que emprendemos o promovemos contribuye a facilitar un porvenir humano, cada vez más armónico con las leyes universales de la vida, que nos brindan la oportunidad de merecer la felicidad personal y comunitaria.

Bibliografía

COMEN, TODD. “Turismo Rural Integrado. Combinar comunidades humanas y naturales en el Producto Turístico Mezclado (*Tourism Product Mix*)”, ponencia presentada durante el Primer Foro Mundial sobre Agroturismo y Turismo Rural, Umbría (Italia), 2000.

Corporación Colombiana para el Agroturismo Sostenible (AGROTUR). Estatutos, principios funda-

dores y elementos resultantes del grupo permanente de discusión virtual y presencial, 2003.

Disciplina de la actividad agroturística, Ley de la República de Italia, del 5 de diciembre de 1985, n.º 730.

Disciplina de la actividad agroturística, Ley Regional de Umbría del 14 agosto de 1997, texto publicado en *Boletín Oficial*, n.º 32, 7 de junio de 2000.

FISCHLER, FRANZ. Palabras de bienvenida, Primer Foro Mundial sobre Agroturismo y Turismo Rural, Umbría (Italia), 2000.

Guía Chilena de Turismo Rural 2000-2001, Instituto de Desarrollo Agropecuario (INDAP), Ministerio de Agricultura, Gobierno de Chile, edición técnica a cargo de LUIS MARTÍNEZ.

Memorias programáticas. Primer taller sobre Potencial Agroturístico en Sistemas Agropecuarios en Reconversión, Tinjacá (Boyacá), preparadas por MARGARITA RUIZ SOTO, 2002.

Planificación de Turismo Sostenible en Comunidades Negras del Pacífico-norte chocoano. 1. Memorias de los encuentros de saberes de la Alianza para el Desarrollo del Turismo Sostenible en los municipios de Nuquí y Bahía Solano (2002-2003). 2. Plan Ambiental Turístico de Bahía Solano (2003).

Plan Nacional de Desarrollo del Pueblo Afrocolombiano (2002).

TURCHANY, GUY. “Cómo integrar el agroturismo y el turismo rural a la estrategia de la política agroambiental de la Comunidad Económica Europea y al desarrollo agrícola sostenible”, ponencia presentada durante el Primer Foro Mundial sobre Agroturismo y Turismo Rural, Umbría (Italia), 2000.