

El turismo rural como una oportunidad de crecimiento: una mirada desde Junín (BA)

Rural tourism as an opportunity for growth: a gaze from Junín (BA)

Lucrecia Quaglia*

* (Junín, Argentina, 1992). Gestora cultural por la Universidad Nacional de Mar del Plata (UNMdP). Anfitriona turística con orientación en interpretación ambiental (UNMdP) y Promotora de los Objetivos de Desarrollo Sostenible (Senado BA). Posgrado en FLACSO.

✉ lucreciaquaglia@gmail.com
<https://orcid.org/0009-0003-9175-8270>

RECIBIDO: 30.3.2023

ACEPTADO: 14.8.2023

Resumen

El artículo presenta un acercamiento a los conceptos de turismo rural y sus posibilidades de desarrollo económico, centrado específicamente en el partido de Junín, noroeste bonaerense argentino. La creciente demanda de un turismo respetuoso con el ambiente, alejado de zonas abarrotadas, con enfoque en el bienestar personal y una conexión con la naturaleza se muestra como una oportunidad de crecimiento para la zona, portadora de cuantiosos recursos patrimoniales tanto materiales como inmateriales. La generación de una serie de propuestas guiadas por los Objetivos de Desarrollo Sostenible más la capacitación de la comunidad receptora de anfitriones turísticos constituyen la fórmula que derivará en un circuito turístico rural eficaz, innovador y sustentable.

Palabras clave: turismo, patrimonio natural, patrimonio cultural, zona rural, Argentina.

Abstract

The article presents an approach to the concepts of rural tourism and its possibilities for economic development, specifically focused on the Junín district, northwestern Buenos Aires, Argentina. The growing demand for tourism that is respectful of the environment, away from crowded areas, with a focus on personal well-being and a connection with nature, appears as a growth opportunity for the area, which bears considerable material and immaterial heritage

resources. The generation of a series of proposals guided by the Sustainable Development Goals plus the training of the host community as tourist hosts constitute the formula that will lead to an effective, innovative and sustainable rural tourism circuit.

Keywords: tourism, natural heritage, cultural heritage, rural areas, Argentina.

Introducción

El modelo turístico tradicional, basado principalmente en la explotación masiva, no permite continuar con los mismos ritmos de crecimiento y rentabilidad y, frente a la saturación, surge la necesidad de diversificación en las propuestas ofrecidas, considerando los nuevos requerimientos de los visitantes. Tras la crisis provocada por el aislamiento social obligatorio decretado a nivel nacional desde el 2020 y frente a una creciente preocupación ambiental, surgen con mayor ímpetu conceptos clave como turismofobia, capacidad de carga, bienestar y equilibrio. De este modo, aparece un turista deseoso de desconectarse de los dispositivos para volver a la naturaleza, reducir el estrés cotidiano, meditar, nutrirse de movimientos guiados por el *mindfulness*, cuidar del ambiente, encontrarse en el silencio e incluir actividades orientadas por el *detox*, *reset* y *wellness* en su rutina de viaje.

Muchas localidades o regiones alejadas de las grandes urbes, que no poseen los clásicos atractivos tradicionales, ven en la puesta en valor de su patrimonio un elemento de atracción turística, inspirados por la demanda actual de quienes desean experimentar algo diferente, con contenido cultural, simbólico, espiritual o histórico. En Argentina, el turismo rural es una modalidad que comenzó a desarrollarse hacia fines de la década de los noventa, a causa de los cambios en los modos de producción por la introducción de nuevas tecnologías, crisis del modelo económico agroexportador del país debido a las políticas a nivel nacional y cuestiones como el cambio climático con períodos de grandes sequías o inundaciones. Particularmente en la región pampeana las subdivisiones de los campos, aunado al escaso volumen de tierras para producir excedentes económicos a través de actividades agropecuarias, representan su surgimiento, una alternativa al turismo de masas en sitios cuyo atractivo los ha convertido en intransitables, contaminados e insufribles para sus habitantes.

Por definición, la Organización Mundial del Turismo concibe al turismo rural como un conjunto de actividades que se desarrollan en entornos no urbanos caracterizados principalmente por su baja densidad demográfica, dotados de paisajes donde prevalecen la agricultura y silvicultura, y conducidos por estructuras sociales y formas de vida tradicionales en las cuales el visitante entra en contacto con las culturas rurales por medio del acercamiento a la naturaleza, visitas a sitios de interés y participación en tareas

relacionadas a la agricultura y ganadería (OMT, 2020). El turismo rural supone un gran potencial para estimular el crecimiento de la economía local y el cambio social por su complemento con otras actividades de índole económica, contribución al PIB, creación de empleo y capacidad de promover la dispersión de la demanda en el tiempo, luchando contra la estacionalidad y a lo largo del territorio. Estancias, monasterios, conventos, capillas, granjas y hectáreas de inmenso verde se presentan como los anfitriones de una nueva generación de turistas: más informados y con nuevas inquietudes, preocupados por el cuidado ambiental, dispuestos a pagar más por una experiencia personalizada (Kow et al., 2017).

Desarrollo

El ambiente, contexto, recurso, medio de vida y escenario principal de esta modalidad turística implica «una concepción dinámica, cuyos elementos básicos son una población humana con elementos sociales, un entorno geográfico con elementos naturales y una infinita gama de interacciones entre ambos elementos» (Trelles, 2002). La gestión cultural y el turismo mantienen un diálogo permanente con la diversidad cultural, el patrimonio cultural material e inmaterial, la diversidad natural y su relación con el patrimonio agroalimentario territorial, los conocimientos y prácticas tradicionales e innovadoras de los habitantes en diálogo con agentes externos. Estas experiencias de intercambio y enriquecimiento ocurren en zonas urbanas y rurales y pueden ser concebidas como un proceso de producción social conformada pero también conformadora de la vida de sus habitantes. Estas líneas coinciden con la teoría de Jesús Martín-Barbero et al. (1987), quien pensó a la cultura como la gran mediadora para mejorar las condiciones de vida de las personas. De este modo, el derecho a la cultura se vislumbra como un derecho humano fundamental, cuyo impacto e influencia no se limita al ámbito de las artes, sino que abarca aspectos relacionados a las personas en cuanto a la libertad, participación en el ejercicio del poder, incorporación al sistema educativo, salud y seguridad, así como también a la vida espiritual, el acceso a las tecnologías y demás cuestiones que contribuyen a la dignidad del ser humano. Resulta esencial entonces que «todos los individuos puedan ejercitar libremente su derecho a la cultura, en el marco de su doble dimensión: la de acceder y gozar (papel pasivo) y la de tomar parte, crear y contribuir (papel activo)» (Harvey Edwin, 2008).

Bajo el concepto que proclama «todo destino turístico tiene alguna oferta cultural» (Bonet I Agustí, 2003), se impulsa a profesionales y locales a poner los focos en la totalidad de los bienes patrimoniales de un territorio, tanto tangibles como intangibles, para ofrecer al mercado una propuesta innovadora, de calidad, con contenido histórico o es-

piritual, simbólico, cultural. Es así que la gestión cultural y el turismo se unen en la valoración del patrimonio de un lugar, la identidad territorial de productos y servicios, el valor agregado de los productos locales originados en medios rurales que fortalecen sus estructuras sociales, tal como lo indican Guastavino et al. (2010). Estos diálogos conducen a la recuperación de la autoestima de la población local, mejorando su calidad de vida a través de gestiones para el turismo rural como estrategia para el desarrollo territorial. De acuerdo a la definición esbozada por la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura:

[...] el patrimonio cultural en su más amplio sentido es a la vez un producto y un proceso que suministra a las sociedades un caudal de recursos que se heredan del pasado, se crean en el presente y se transmiten a las generaciones futuras para su beneficio. Es importante reconocer que abarca no sólo el patrimonio material, sino también el patrimonio natural e inmaterial. (UNESCO, 2014)

Pero este concepto hoy en día sabemos que debe ser siempre abierto, invitar a la participación, diálogo y reflexión de los diferentes agentes sociales y contribuir, asimismo, a la transformación de las partes implicadas. De este modo, el patrimonio puede ser entendido como la relación entre los bienes y las personas a través de vínculos intelectuales, emocionales, identitarios, de pertenencia, puesta en valor o disfrute. Su supervivencia dependerá de una serie de procesos, tales como conocer el patrimonio para comprenderlo, comprenderlo para ponerlo en valor, ponerlo en valor para que tenga lugar la apropiación simbólica, apropiarse para cuidarlo y conservarlo, cuidarlo para disfrutarlo y disfrutarlo para transmitirlo.

La relación del patrimonio con la sociedad se presenta como una serie de nuevas significaciones a partir de la adaptación de los edificios para el servicio real a la comunidad en los nuevos entornos urbanos donde dialogan lo nuevo/moderno con lo antiguo/histórico. Estas resignificaciones que surgen a través del uso y disfrute, tanto local como turístico, y que brindan contribuciones económicas que pueden traducirse en externalidades positivas, públicas o privadas, deben tener en cuenta los principios de la sustentabilidad para las generaciones sucesivas. El lema reza «turismo es cultura», cultura que representa un valor especial tras la demanda turística en determinados destinos. Frente a esta realidad surgen dos posibilidades, una en la cual esta demanda genera una presión excesiva sobre los bienes patrimoniales y como consecuencia la destrucción o el deterioro de los mismos, y otra en la que ciertos rasgos y hechos relacionados al patrimonio cultural —a veces ignorados por la comunidad— obtienen un realce a través del turismo, derivando así en una puesta en valor para el disfrute de presentes y futuras generaciones, impulsando la cooperación local y regional e iniciativas sustentables.

El turismo, al igual que las actividades productivas, genera impacto en los turistas, los ciudadanos y el territorio donde se desarrolla, siendo su influencia de índole positiva o negativa. Los turistas pueden encontrarse con acciones que inviten al respeto por la cultura y el ambiente, fomentando la sensibilidad y el cuidado del patrimonio, del espacio y su gente. Por otro lado, pueden llegar a sentir decepción tras encontrarse con lo que MacCannell (1973) denominó ya en los setenta *autenticidad escenificada*, creada para satisfacer demandas propias del mercado. La comunidad local será entonces la protagonista de rescatar el patrimonio inmaterial a través de recetas, canciones, mitos y leyendas, valores y costumbres; asimismo tendrá la posibilidad de promocionar productos de manufactura local y el interés por su cultura se verá revitalizado. De forma negativa podrá sufrir la *turismofobia* y sentir rechazo al turismo por la invasión a la privacidad y podría entrar en un proceso de banalización si sus tradiciones son mercantilizadas de manera extrema. La diversificación de las actividades, la puesta en valor patrimonial y la participación de la gestión cultural para destacar los atractivos de un territorio propone la generación del valor agregado que diferenciará cada destino de otros. Pero, cuando no existen regulaciones sobre el mantenimiento, la protección y la mejora de los sitios, la identidad cultural deja de ser la riqueza de los pueblos y pasa a ser una mercancía, se crean estereotipos y prima el prejuicio en ambas partes.

El sector cultural y creativo tiene la posibilidad y obligación de establecerse como un sistema de agentes y relaciones que cumplan funciones específicas de generación de valor a la sociedad en materia económica y social. Promover las actividades productivas ancestrales como elementos diferenciadores de una comunidad, sus producciones artesanales, las costumbres alimentarias, la historia oral, sus manifestaciones artísticas y dar visibilidad a sus celebraciones, ferias, sitios históricos y espacios que evidencian su identidad territorial.

El fomento de los servicios culturales y creativos resulta clave en el impulso de proyectos centrados en el turismo porque pueden generar políticas para territorios y comunidades afectadas por desigualdades culturales. Permite el fortalecimiento del entramado sociocultural e institucional motivando la participación y la cooperación de la comunidad para la construcción de proyectos colectivos en los que prevalece la identidad local. Según Guastavino et al. (2010) estas acciones, como por ejemplo el turismo rural, contribuyen a procesos de desarrollo local. Teniendo en cuenta el amplio abanico de actividades y oportunidades que brinda esta modalidad turística, se puede afirmar que un desarrollo sostenible de base cultural puede basarse en la herencia patrimonial, acompañado de la creatividad de su gente en pos de acrecentar, conservar y perpetuar en paralelo al patrimonio natural. Esta posibilidad de desarrollo requiere de una normativa de preservación, regulación y promoción dirigida a todos los guardianes del patrimonio, anfitriones y turistas, y del estímulo a la creatividad para la originalidad y la diversificación de las propuestas. En esta búsqueda de nuevos significados e innovación,

la gestión cultural puede involucrar el concepto de paisaje como un proceso ligado a la acción de sentir, de la que participan todos los sentidos.

De esta manera, el turismo supone más que un desplazamiento geográfico, es una actividad de gran magnitud y significación tanto para el visitante como para quien es visitado, ya que propicia un encuentro de culturas en el intercambio. La Organización Mundial del Turismo destaca, en la Declaración de Manila sobre el Turismo Mundial, que el tiempo libre y el de vacaciones, lejos de ser solamente un tiempo de ocio inofensivo y no productivo de riquezas, puede poseer una real utilidad psicosocial, ya que le dará al individuo un tiempo de liberación para encontrarse con sí mismo y buscar sus equilibrios físicos y psíquicos (OMT, 1980). Este argumento recobra vital importancia en tiempos de *burnout*, estrés, incertidumbre e inestabilidad; por tanto, las personas requieren recuperarse psíquica y mentalmente del estrés y alienación de la vida cotidiana en las ciudades (Montaner Montejano, 2002) y puede ser utilizado como guía fundamental de profesionales y técnicos encargados del trazado de circuitos turísticos.

El Consejo Mundial de Viajes y Turismo, en su informe *Nature Positive Travel & Tourism*, de 2022, presenta recomendaciones dirigidas tanto al sector privado como público en pos de detener y revertir la destrucción de la naturaleza (World Travel & Tourism Council [WTTC], 2022), en sintonía con las preocupaciones exhibidas en el reporte *Trending in Travel*, publicado con un año de anterioridad por el mismo organismo, donde se define al viajero como inquieto, mejor informado, de mentalidad crítica y senda preocupación por el ambiente. Son personas que buscan productos turísticos auténticos donde la sustentabilidad es clave, y pretende realizar actividades cuyo eje es el bienestar, así como de igual modo le interesa el progreso social comunitario del destino y es por ello que se interesa en su cultura (WTTC, 2021). De hecho, el 36% de los viajeros está dispuesto a pagar más para obtener una experiencia turística personalizada (Kow, 2017). El turismo cultural se presenta como uno de los grandes motores de desarrollo del siglo XXI, destacando cualidades únicas, revalorizando rasgos patrimoniales, involucrando al visitante en las actividades y brindando oportunidades de crecimiento a las comunidades receptoras.

Particularmente en Argentina el turismo rural es una modalidad que comenzó a desarrollarse hacia fines de 1990 a causa de la crisis del modelo económico agro exportador, las transformaciones en el modo de producción por la tecnificación del campo y consecuencias relacionadas al cambio climático, con periodos de grandes sequías o, en su defecto, de grandes inundaciones, que llevaron a los propietarios de las estancias agropecuarias a buscar otras alternativas de ingresos. En octubre de 1997 se creó la Red Argentina de Turismo Rural como una asociación civil sin fines de lucro para quienes buscaban una propuesta de diversificación de la producción primaria (Barrera, 1996). Sin embargo, el gran impulso fue dado por la firma del convenio entre la Secretaría de Turismo de la Nación y la Secretaría de Agricultura, Ganadería, Pesca y Alimentación

que tuvo lugar el 11 de mayo de 2000 y dio origen al Programa de Turismo Rural (Schlüter, 2003). El mismo comprendía una serie de proyectos entre los que se destacan Rutas Alimentarias Argentinas y el Proyecto Municipio Rural Turístico. Este último busca incentivar el turismo en pequeñas comunidades rurales que cuenten con una actividad agrícola destacada y con atractivos suficientes para atraer a los turistas.

Actualmente, el Instituto Nacional de Tecnología Alimentaria promueve la configuración de una red estratégica de actores y experiencias con el fin de intercambiar saberes e información, construir conocimiento y abordar demandas territoriales en procesos de implementación de políticas públicas. La red de Turismo Rural cuenta con equipos técnicos que patrocinan la organización de grupos de emprendedores de Turismo Rural (productores agropecuarios, artesanos, productores de alimentos regionales, oferentes de hospedajes, transporte, actividades recreativas, culturales, guías, artistas). Además, se formalizan proyectos asociativos que posibilitan a los emprendedores ofrecer sus productos y servicios de manera conjunta, a la vez que se les brinda capacitación y asistencia técnica para la sostenibilidad económica del emprendimiento.

Mediante la articulación a nivel nacional con el Ministerio de Agricultura, Ganadería y Pesca de la Nación, el Ministerio de Turismo y Deportes de la Nación y otros organismos públicos y privados vinculados al turismo, la gestión del patrimonio cultural, el medio ambiente y la producción, se busca la generación de proyectos orientados al uso múltiple de los espacios rurales y al desarrollo de las capacidades locales para trabajar en iniciativas que permitan diversificar el ingreso, mejorar el empleo y valorizar los recursos naturales y culturales propios de cada comunidad, potenciando de esta forma la identidad local (Instituto Nacional de Tecnología Agropecuaria [INTA], 2023).

Todas las provincias cuentan con este tipo de establecimientos, aunque la mayoría se concentra en la provincia de Buenos Aires, en zonas cercanas a las grandes ciudades. Las dimensiones de estos sitios varían entre sí; según el tamaño o las actividades principales que se realizan en ellos se pueden denominar estancias, fincas, chacras, granjas, hoteles de campo, restaurantes o bodegas. Dada la amplia variedad de climas y paisajes del país, las propuestas de turismo rural tomarán sus características a razón de la región en la cual sean desarrolladas (Toselli, 2019). Dentro del vasto y diverso suelo patagónico se promueve la participación de los turistas en actividades relativas a la producción ovina —la esquila y el manejo de manadas, así como la degustación del típico cordero patagónico— y a la producción de frutas finas, principalmente arándano, frutilla, framuesa, cereza y grosella.

En Cuyo se destacan el circuito de la Ruta del Adobe, los paisajes coronados por la Cordillera de los Andes y la elaboración y degustación de vinos. La zona norte sobresale por su diversidad de paisajes, poblados coloniales, gastronomía tradicional, artesanías y el culto a la Pacha Mama. Dentro de la región del litoral es posible conocer su gran biodiversidad mediante el avistamiento de flora y fauna, pasear en canoa por sus ríos,

alojarse en estancias y pequeños establecimientos en medio de esteros donde es posible participar de la producción de té y yerba mate. Por último, en la región pampeana se concentra la mayor cantidad de oferta de turismo rural, principalmente en un radio de unos 250 kilómetros alrededor de la Ciudad de Buenos Aires. Su esencia está dada por sus amplias llanuras, tradicionales fogones, asados, la figura del gaucho y las pulperías de antaño.

Los aspectos favorables a considerar incluyen a la revalorización como la clave de esta modalidad turística (Román, 2009), así como también la humanización del turismo, dotándolo de una mayor sensibilidad. Desde el aspecto económico aparecen nuevas formas de trabajo y producción artesanal y se otorga valor a la producción primaria. Desde la parte social, la promoción de emprendimientos y una nueva alternativa de trabajo para la familia campesina. El aspecto cultural pretende la recuperación del patrimonio local, el impulso de una incipiente industria artesanal e instalación de pequeños museos rurales. Por otra parte, así como se vislumbran oportunidades, si el turismo rural no se practica de manera ordenada y debidamente regulada surgen desafíos y amenazas: se puede transformar en mera mercancía, generar contaminación ambiental, erosión del suelo, pérdida de biodiversidad, alejamiento de algunos productores por la demanda turística y conflictos entre la población e intereses privados. Como explica Leiva Cañete (2021), resulta menester pensar en una proyección de la vida común teniendo en cuenta la sostenibilidad para el desarrollo humano. Tal es así que uno de los compromisos asumidos en la cumbre Cultura y ciudades sostenibles propone que el modelo turístico sea sostenible: equilibrado en el territorio, conectado con la comunidad local e interactivo con el ecosistema cultural (Ciudades y Gobiernos Locales Unidos [CGLU], 2015).

La correcta aplicación de las buenas prácticas se puede valer del sistema de gestión de sitios ideado por la UNESCO, donde se consideran las preocupaciones y beneficios tanto de las partes interesadas como de los locales, poniendo como eje transversal al ambiente y la cultura, equilibrando la promoción patrimonial con su preservación. La organización destaca igualmente la relevancia de las comunidades para el óptimo funcionamiento del turismo sustentable, siendo éstas quienes definen los valores y significados que el patrimonio posee, rasgos a destacar, aspectos fundamentales e imprescindibles para la eficaz transmisión a los visitantes, quienes deben respetar y comportarse apropiadamente en pos de la preservación y continuidad.

Pese a estar incluido específicamente en las metas de los objetivos 8, 12 y 14, el turismo puede contribuir de forma directa o indirectamente a todos (Organización de las Naciones Unidas [ONU], s. f.). Siendo uno de los sectores económicos caracterizados por su rápido desarrollo y expansión, será clave en la creación de nuevos empleos, promoción de emprendimientos locales y generador de oportunidades para mujeres y jóvenes, reduciendo así el despoblamiento. Estos productos serán integrados en la cadena de valor del sector, y el turismo rural será una actividad paralela y complementaria a las

actividades agrícolas tradicionales. El incremento en los ingresos económicos podrá ser empleado en el desarrollo de una agricultura más resiliente y sostenible, de menor impacto ambiental y respetuosa con el ciclo natural, aportando, a su vez, valor a la experiencia turística. La alimentación se jerarquiza en interés primario del destino, abarcando tres momentos: producción, preparación y consumo. Estas contribuciones a la economía, particularmente a los objetivos 1 (fin de la pobreza) y 2 (hambre cero), tendrán un impacto en el marco social, pues estos ingresos podrán revertirse en centros de atención y servicios de salud, cumpliendo así con las metas del objetivo número tres.

El aspecto actitudinal es importante porque los turistas desean conocer el lugar, sus atractivos ambientales, emocionales, culinarios e históricos, y para ello se requiere de amabilidad en el trato, imaginación para el trazado de circuitos y actividades, entusiasmo en la recepción y al afrontar nuevos desafíos, predisposición a la atención, así como también de un conocimiento cabal del sitio. Miembros de la comunidad local pueden operar como guías, cargo que otorga beneficios económicos siendo a su vez una herramienta para la preservación patrimonial y el fortalecimiento de la identidad. Los significados son producto del intercambio entre los intérpretes y visitantes, siendo los primeros quienes deben liderar e involucrar activamente a los segundos en la construcción activa de su propia experiencia, incentivando la interacción personal con el sitio visitado y su valor tanto tangible como intangible, despertando el interés y deseo de conservación. Para ello se debe contemplar el aporte de incentivos para invertir en educación y formación profesional de los futuros anfitriones, en beneficio de jóvenes, mujeres, pueblos indígenas y sectores vulnerables como personas mayores y personas con necesidades especiales, promoviendo la inclusión y respondiendo a la promesa central de la Agenda 2030 que reza *no dejar a nadie atrás*. Las mujeres tienen especial participación en el turismo, motivo por el cual deberán ser beneficiadas de forma recíproca en todas las fases, desde la toma de decisiones, planificación, puesta en escena, desarrollo y evaluación. La educación y posterior emancipación económica femenina cumple con los objetivos 4, 5 y 8 respectivamente.

La oportunidad de prosperar en el lugar de origen detiene el proceso de despoblamiento rural que ha signado las últimas décadas, puesto que los jóvenes encontrarán posibilidades de progreso en las emergentes ofertas académicas y laborales, de este modo fue manifestado en el reporte *#Youth4Tourism* (World Tourism Organization [UNWTO], 2023). Este objetivo 10 de reducción de las desigualdades beneficiará también a las minorías, puesto que personas mayores y comunidades indígenas se verán incluidas en el proceso de desarrollo del producto turístico aportando sus saberes y valores tradicionales.

Siendo el turismo un sector que requiere de cuantiosos aportes energéticos, será de suma importancia el uso eficiente del agua, contemplando medidas de seguridad y

gestión de aguas residuales, aprovechamiento de las lluvias, más el control de la contaminación y eficiencia tecnológica. Por otra parte, representa una oportunidad de cambio hacia energías limpias y renovables, como el parque solar fotovoltaico implantado en el pequeño pueblo de Agustina, en el partido de Junín. Los objetivos 6, 7 y 9, referidos a la gestión eficiente de los recursos e innovación, verán en estas iniciativas la ocasión de cumplir con varias de sus metas, facilitando además una industrialización más sostenible, clave en el crecimiento económico, desarrollo y progreso.

Con respecto al objetivo 11, ciudades y comunidades sostenibles, se debe destacar el rol del turismo como revitalizador de los activos de los cuales depende su actividad y desarrollo, tales como la preservación patrimonial, regeneración de espacios públicos, infraestructuras y mobiliario urbano, más la garantía del uso de diseños universales en pos de la accesibilidad en nuevos sitios. La producción y el consumo responsable (objetivo 12) es la clave de la sostenibilidad turística, puesto que se velará por la eficiencia energética y la responsabilidad productiva local, así como se pretenderá conseguir el mínimo impacto turístico por parte de los visitantes, educando acerca de las buenas prácticas a todas las partes implicadas. Las acciones previamente detalladas, en conjunto con la reducción en el consumo de energía y el uso de fuentes renovables en alojamientos y medios de transporte, contribuirán significativamente en la consecución del objetivo 13, referido a la acción por el clima. Puesto que los paisajes representan uno de los atractivos de esta modalidad turística, la preservación del patrimonio natural, respeto y conservación de la biodiversidad serán esenciales para el desarrollo de la actividad. Iniciativas orientadas a la reducción de los residuos, gestión sostenible de la pesca y alternativas sustentables de producción y consumo deberán ser seguidas de campañas de concientización y sensibilización en torno a los ciclos naturales, flora y fauna.

El intercambio entre culturas, el contacto con otras costumbres y tradiciones, el reconocimiento de realidades diferentes a la propia, favorecen una mayor tolerancia y respeto hacia el otro, constituyendo la base de una sociedad pacífica. Afirmada entonces su evidente naturaleza intersectorial y diversa, el turismo se perfila como una entidad capaz de fortalecer las asociaciones públicas y privadas, asimismo involucrar a múltiples agentes interesados a escala local, regional, nacional e internacional, para trabajar de forma coordinada. Las alianzas, entre los sectores público y privado, diferentes estamentos sociales, unidades académicas, organizaciones no gubernamentales, empresas y artistas, orientadas a la realización de proyectos que contribuyan al desarrollo turístico verán cómo estas asociaciones las benefician a través de la multiplicación de los resultados esperados, así como también se acrecienta el impacto preconcebido, cumpliéndose así con las metas trazadas dentro de los objetivos de desarrollo sostenible 16 y 17.

El caso Junín: rasgos principales y situación actual

El partido de Junín, en el noroeste de la provincia de Buenos Aires, cuenta con una extensión de 2263 km² y unos 101.765 habitantes, de los cuales el 88% se radica en la zona urbana, mientras que el 12% restante lo hace en territorio rural, según los datos provisionales del Instituto Nacional de Estadística y Censos de la República Argentina recabados en el censo 2022 (Instituto Nacional de Estadística y Censos [INDEC], 2023). Las localidades que integran el partido son Agustín Roca, Agustina, Fortín Tiburcio, Morse y Saforcada, más los parajes Blandengues, La Oriental, La Agraria y Las Parvas. La estructura morfológica, social y de uso de la ciudad se encuentra delimitada por las vías del ferrocarril, que definen dos zonas: al sur comprende el área centro, que concentra el mayor nivel de actividad comercial, educativa, económica y turística, y zona norte, por su parte, conserva los rasgos primigenios de la ciudad, pues las construcciones se presentan de baja altura, las calles más estrechas —en determinadas áreas son de tierra—, se conservan y funcionan estructuras arquitectónicas pertenecientes a la producción económica inicial, tales como molinos harineros y silos de cereales, cuyos medios de transporte entorpecen la circulación actual, además de las costumbres y usos propios de una ciudad del interior, como el trato y la confianza con el vecino y el comerciante, dormir la siesta y sentarse en las veredas.

En cuanto al producto bruto interno, los datos consultados en la Secretaría de Desarrollo Económico local reportan una composición por sectores, liderados principalmente por la agricultura (29,7%), seguida por la actividad comercial (16,1%), transporte (11,8%), industria (11,6%), servicios (9,5%), construcción (7,8%), servicios financieros (6,3%), ganadería (4,8%) y servicios de electricidad, gas y agua (2,4%).

En materia turística, la actividad es promovida a través de organismos gubernamentales, como la Dirección de Turismo Municipal y la Agencia de Extensión Rural INTA Junín —dependiente del Instituto Nacional de Tecnología Agropecuaria y en convenio con la Universidad Nacional del Noroeste de la Provincia de Buenos Aires— e instituciones privadas, encabezadas por la Cámara Hotelera Gastronómica, emprendedores y prestadores turísticos.

La actividad turística fue concebida durante décadas como un producto estacional, desarrollado especialmente sobre una de sus lagunas. Junín dispone de tres espejos de agua: Laguna Mar Chiquita a 20 kilómetros de la ciudad, Laguna El Carpincho a solo 4 kilómetros y el Parque Natural Laguna de Gómez a 12 kilómetros. La primera pertenece a la cuenca del río Salado, su cubeta original es de 2600 ha y resulta una zona favorecida desde el punto de vista pesquero, con la extracción de pejerreyes, dentados, bagres, palometas y viejas. Sus costas son barrosas con algunas barrancas bajas de tosca y muchos juncuales en sus orillas, totorales y gambarrusa sumergida. En el partido el curso del río es de aproximadamente 60 kilómetros, con una pendiente de 0,11 m/km, dando lugar a

la formación de importantes lagunas, entre las que se encuentran la Laguna de Gómez y la Laguna El Carpincho. El balance hídrico de estas lagunas depende del aporte de aguas de origen pluvial que transporta el Río Salado, así como de los tributarios naturales, canales artificiales y de los ingresos de agua subterránea y aguas provenientes de las lluvias, con máximos entre el final de la primavera y principios del verano. La laguna El Carpincho tiene una extensión de 400 a 550 hectáreas y una profundidad media de 1,50 m y máxima de 2,5 m. En sus costas de barrancas altas, existen totorales y juncuales emergentes. El fondo de la laguna es de material arcilloso y los resultados indican que el agua posee una alta carga orgánica y un alto contenido de elementos causantes de los procesos de eutrofización. Con respecto a las especies que la habitan se encuentran pejerreyes, dentados, bagres, palometas y viejas, juncuales, totorales y gambarrusa sumergida. La laguna de Gómez ocupa una cubeta de 4.000 hectáreas dividida en 2 partes bien definidas con una profundidad máxima de 2 a 3 metros. Sus costas son bajas, barrosas e inundables, su fauna y flora es definida por pejerreyes, dentados, bagres y carpas, juncuales emergentes y gambarrusa sumergida.

La insistencia en la promoción de programas y actividades en torno a esta última laguna convierte al destino en un sitio monótono, repetitivo y estático sin grandes variaciones entre una temporada y otra. Además, las inclemencias climáticas derivaron en un extenso período de sequías sobre todos los espejos de agua, generando alteraciones en el ecosistema e imposibilitando toda práctica deportiva y de disfrute.

Por este motivo, resulta indispensable conocer el potencial de la ciudad y establecer alternativas para los visitantes y los propios ciudadanos.

El incipiente desarrollo del turismo rural

El turismo rural surge como una alternativa innovadora y poco explorada, llevada a cabo por emprendedores independientes con iniciativas y espacios funcionando fuera del circuito turístico tradicional. Los pueblos que integran el partido se destacan en varios aspectos: por sus productos gastronómicos, como los fiambres caseros típicos de Agustín Roca, espacios de recreación y esparcimiento en Saforcada, días de campo en Morse, o las ferias y festivales populares, con énfasis en la tradicional fiesta criolla de Agustina y los fogones de Fortín Tiburcio. Las estancias La Oriental y La Brava, al igual que el hotel Cerrito Colorado, se presentan como alojamientos ideales para un fin de semana de descanso, mientras que la finca Las Antípodas, primer viñedo de la provincia, invita a descubrir vinos de producción local en compañía de distinguida música en vivo, y ofrece confortables e innovadores *containers* para pasar una noche diferente.

La historia de La Oriental se remonta a fines del siglo XIX, en pleno auge del campo argentino, cuando Justo del Carmen Saavedra, un pionero criollo, construye en 1889 el

casco original de 700 metros cuadrados, estilo francés y estructura irregular. Más allá del descanso y las actividades recreativas, varios visitantes optan por participar en las típicas tareas camperas, que forman parte de la rutina diaria de la estancia, siendo la yerra una de las favoritas. Las mágicas puestas de sol han sido telón de fondo de cuantiosas bodas, la calidez de la pequeña capilla es elegida para celebrar bautismos y comuniones y sus verdes parques testigos de reuniones familiares y eventos empresariales.

La Estancia La Brava se encuentra inactiva, mientras su majestuoso casco custodiado por el campanario espera la oportunidad de volver a la vida, y sus pacíficos, amplios jardines diseñados por Carlos Thays ven pasar las estaciones y el implacable paso del tiempo.

El hotel de campo Cerrito Colorado fue fundado en el año 2004 en la antigua casona perteneciente a una estancia familiar y aún es atendido por sus dueños. Pese a que se ha decidido conservar la morfología original, los rasgos históricos son cuidadosamente complementados por tecnología y confort, creando así rincones cálidos y placenteros orientados a ofrecer una estadía única. Se ofrece además una amplia variedad de platos caseros, espacios de recreación y deportes para los visitantes más enérgicos y sesiones de masajes y yoga al aire libre para quienes concurren en plan de descanso y relajación.

Mariápolis Lía es una de las ciudadelas perteneciente al Movimiento de los Foculares, basado en el mandamiento del amor recíproco propuesto en el Evangelio. La primera surgió en Loppiano, Italia, en 1964, y le sucedieron otras en todo el mundo, con distinto grado de desarrollo. Es así que en 1968 surge Lía, una ciudadela ubicada entre la pequeña localidad de O'Higgins, perteneciente al partido de Chacabuco, y la ciudad de Junín. Más de un millón de habitantes han atravesado sus silenciosas calles, más de cuatro mil jóvenes se han instruido en su escuela anual y doscientos veinte son sus habitantes estables de distintos orígenes. La Mariápolis cuenta con casas de huéspedes con capacidad de albergue para quinientas personas y sus espacios son propicios para congresos, convivencias, campamentos, cursos, actividades recreativas como también de reflexión y descanso. Entre estas actividades los visitantes pueden optar por recorridos guiados, cata de chocolates y dulces, talleres gastronómicos, de huerta y compostaje, picnics, micro cine, espacio de lectura, paseos en bicicleta, reconocimiento de flora autóctona y paseo de compras. Una parte de su encanto radica en sus edificios de valor histórico patrimonial, de estilo neocolonial. Tal es el caso del convento construido en 1916 y que funcionó hasta 1967 como casa de formación de los futuros sacerdotes capuchinos de la Argentina (Iriani Zalakain y Álvarez Gila, 2003) y su Capilla edificada en 1918 por los franciscanos, de construcción austera y muy acogedora para quienes hoy en día la visitan.

En materia sustentable, la ciudadela pasa a ser un referente en su compromiso con el ambiente: la población inició la producción de 'eco-briquetas' y una huerta orgánica regida por los principios agroecológicos, prima el uso eficiente de los recursos, así como

la generación de energía solar, el tratamiento de los residuos y la educación a los visitantes sobre la protección de la flora y fauna del lugar. Desde el punto de vista operativo, la gestión del espacio se reserva a la población estable de la ciudadela y sus voluntarios anuales. Por su cercanía a las ciudades de Junín y Chacabuco, y considerando la afluencia internacional al sitio, se debe pensar en una mayor conexión con las poblaciones aledañas para la mejora de los accesos, el incremento de la oferta turística en áreas circundantes como la estancia San Luis engalanada con un parque diseñado por Carlos Thays, promoción de otros atractivos, preparación de las comunidades locales en materia de recepción y hospitalidad y demás mejoras que promuevan beneficios a todas las partes implicadas.

Recomendaciones

Evidentemente Junín, al igual que cada rincón del país, cuenta con un próspero potencial turístico que abarca un variado acervo patrimonial, recursos naturales y expresiones culturales y artísticas de los cuales todos los actores son responsables de cuidar, respetar y disfrutar.

La comunidad, al ser anfitriona, deberá aprender acerca del arte de recibir, para lograr una comunicación clara y precisa, brindar servicios de calidad, mostrar amabilidad y calidez en la atención, todas ellas acciones enfocadas en ofrecer una experiencia memorable al turista y beneficiarse al mismo tiempo con las mejoras que el fenómeno turístico otorga. Las acciones iniciales, tendientes a la capacitación comunitaria y definición de un servicio turístico, pueden seguir los siguientes lineamientos:

- Creación de una campaña multisectorial de formación para aunar esfuerzos individuales del sector público y privado en pos de la instrucción comunitaria.
- Invitar a la reflexión acerca de los amplios beneficios derivados de la actividad.
- La valoración del destino y de sus atractivos por parte de la comunidad inspirará sentimientos de conservación a los visitantes, para tener actitudes y valores similares durante la estadía, mantener los lugares tal como los encontraron al llegar e iniciar acciones equivalentes en sus localidades.
- El turista, ya en el destino, de seguro ha consultado sitios web y recomendaciones de otros viajeros en redes sociales, por lo tanto, se encuentra informado acerca de los atractivos más populares y promocionados. El local, con su conocimiento acumulado de años y experiencias, se encuentra preparado para sugerir nuevos espacios y rincones mayormente desconocidos por el ojo digital, que pueden llegar a ser muy valorados por el visitante que busca un lugar sin aglomeraciones ni bullicios.

- Mostrar el lugar con sus costumbres y actividades cotidianas, evitar modificaciones de conductas o emulaciones de otros destinos turísticos como estrategia para incrementar el atractivo. Los turistas aprecian las pequeñas rutinas en su búsqueda de una realidad y cultura diferente a la propia, el contacto real con los pobladores y la simplicidad.
- Promocionar encuentros como peñas, yerras y desayunos de campo, ofrecer servicios de calidad y en coherencia con el lugar, concordantes a tradiciones y hábitos cotidianos. Hacer partícipe al turista de actividades que se disfrutaban diario, originar situaciones donde prime el encuentro entre la comunidad y los visitantes, interacciones y disfrute común.

Conclusiones

La eximia arquitecta Marina Waisman sostiene que:

[...] patrimonio es todo lo que puede ayudar a una comunidad a mantener su identidad. No necesita ser un gran monumento, puede ser una calle, un área [...]. Y preservación es mantener vivo ese patrimonio. Mantener el difícilísimo equilibrio entre la conservación y el cambio, que evite, por un lado, el congelamiento de la ciudad, y por el otro, la destrucción de la identidad. (1983)

El patrimonio en todas sus formas no puede ser concebido como un concepto estático, pues su valor jamás deja de cambiar, nutriéndose de lazos sociales, historias, creatividad e ingenio, nuevos usos y significados. Aparece el turismo rural como una oportunidad de crecimiento, complementario a las actividades productivas habituales, con voluntad de distribución equitativa de los beneficios en la medida que sea una actividad socialmente solidaria, ambientalmente responsable, culturalmente enriquecedora y económicamente viable.

La articulación de políticas y estrategias entre los sectores de turismo y cultura es necesaria para una correcta programación donde la preservación patrimonial en todas sus manifestaciones es un aspecto indiscutible, al igual que el ejercicio responsable del turismo y todas aquellas acciones que representen mejoras en la comunidad receptora. Para ello, se requiere la participación de la gestión cultural con acciones tendientes a la sensibilización, educación y promoción de la participación activa, las cuales garanticen el respeto hacia las costumbres y tradiciones mientras se favorece el conocimiento, aprecio y protección patrimonial.

Casonas antiguas, historias encerradas entre estoicos muros, rústicas paredes a la cal, fuentes marchitadas por el despiadado paso del tiempo, el silencio del altar bajo la

colorida luz de un vitral, los rubores del atardecer, la melodía silvestre de la noche, una paz imperturbable.

Viejos recursos para nuevos viajeros en busca de un anhelo...

Perdersé para encontrarse.

Referencias

- Barrera, E. (1996). *Red argentina de turismo rural (RATUR): Fundamentos para su organización*. INTA; IESER.
- Bonet I Agustí, L. (2003). *Turismo cultural: Una reflexión desde la ciencia económica*. Universitat de Barcelona.
- Ciudades y Gobiernos Locales Unidos. (2015). *Cumbre de cultura de CGLU: Cultura y ciudades sostenibles*. https://agenda21culture.net/sites/default/files/files/pages/summit-pages/report_CultureSummit-CGLU-Bilbao_SPA-low.pdf
- Guastavino, M., Rozenblum, C., y Trímboli, G. (2010). *El turismo rural en el INTA*. INTA. <https://inta.gob.ar/documentos/el-turismo-rural-en-el-inta>
- Harvey Edwin, R. (2008). *Los derechos culturales: Instrumentos normativos internacionales y políticas culturales nacionales*. ONU.
- Instituto Nacional de Estadística y Censos. (2023). *Censo nacional de población, hogares y viviendas 2022: Resultados provisionales*. https://www.indec.gob.ar/ftp/cuadros/poblacion/cnphv2022_resultados_provisionales.pdf
- INTA Turismo Rural. (2023). *Información* [Página de Facebook]. Facebook. Recuperado el 10 de marzo 2023 de https://www.facebook.com/INTAturismorural/about_details?locale=es_LA
- Kow, N., Fuggle, L., & Burkhard, S. (2017). *Travel trends report 2017*. TrekkSoft.
- Organización de las Naciones Unidas. (s. f.). *La agenda para el desarrollo sostenible*. <https://www.un.org/sustainabledevelopment/es/development-agenda/>
- Leiva Cañete, F., Bianchini, R., y Romero, L. (2021). *Derechos culturales. En Seminario de capacitación en extensión: Identidades y diversidades culturales, patrimonio(s) y derechos culturales*. UNMDP.
- MacCannell, D. (1973). Staged authenticity: Arrangements of social space in tourist settings. *American Journal of Sociology*, 79(3), 589-603.
- Martín-Barbero, J. (1987). *De los medios a las mediaciones: Comunicación, cultura y hegemonía*. Gustavo Gili.
- Montaner Montejano, J. (2002). *Psicosociología del turismo*. Síntesis.
- Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura. (2014). *Indicadores UNESCO de cultura para el desarrollo: Manual metodológico*.

- https://es.unesco.org/creativity/sites/creativity/files/iucd_manual_metodologico_1.pdf
- Organización Mundial del Turismo. (1980). *Declaración de Manila sobre el turismo mundial*. <https://doi.org/10.18111/unwtodeclarations.1980.01.01>
- Organización Mundial del Turismo. (2020). *Turismo en Iberoamérica: Creando oportunidades para todos*. <https://doi.org/10.18111/9789284421497>
- Román, M. F. (2009). *Turismo rural en Argentina: Concepto, situación y perspectivas*. IICA.
- Schlüter, R. (2003). *El turismo en Argentina: Del balneario al campo*. CIET.
- Toselli, C. (2019). El turismo en espacios rurales. En *Oportunidades y retos del Turismo Cultural*, Universidad del Salvador, Programa de Educación a Distancia, Buenos Aires. <https://miriadax.net/web/oportunidades-y-retos-del-turismo-cultural-2-edicion->
- Trelles Solís, E. (2002). La educación ambiental comunitaria y la prospectiva: Una alianza de futuro. *Revista Trópicos en Educación Ambiental*, 4(10), 7-21.
- World Tourism Organization. (2023). *#Youth4Tourism: A handbook to champion youth participation in tourism at the national level*. <https://doi.org/10.18111/9789284424542>
- World Travel & Tourism Council. (2021). *Trending in travel: Emerging consumer trends in travel & tourism in 2021 and beyond*. https://wtcc.org/Portals/0/Documents/Reports/2021/Trending_In_Travel-Emerging_Consumer_Trends-231121.pdf
- World Travel & Tourism Council. (2022). *Nature positive travel & tourism: Travelling in harmony with nature*. <https://wtcc.org/Portals/0/Documents/Reports/2022/Nature-Positive-Travel-And-Tourism.pdf>