

Turismo rural y campesinado, una aproximación social desde la ecología, la cultura y la economía

Humberto Thomé Ortiz

Colegio de Postgraduados, México / thomeortiz@colpos.mx

Abstract: As a specific category, a definition of Rural Tourism should take place within a special dimension where it works directly with differential proceedings. The sprouting of this phenomenon can be explained as a conjunction of the severe crisis of the countryside. Post-materialism of the advanced societies within industry reacts in a new order for the Rural Field. In spite of the great potential in this particular type of tourism and due to its growth in the tourist markets, it can not be taken as the panacea to rural problems. Because of that we find it opportune to make a reflection upon the relation between peasantry, seen as an object of tourism. It is established with this relatively new and nontraditional activity as well as its shades in the economic, ecological and cultural spheres of the rural surroundings

Key Words: Intercultural, pluri-activity, rural space, farming economy

Resumen: La definición de turismo rural es una categoría específica centrada en el campo como dimensión espacial y como lugar social, que afecta directamente a ciertos actores diferenciados. El surgimiento de este fenómeno puede explicarse como una conjunción de la severa crisis del campo, los nuevos usos del espacio rural y el reacomodo posmaterialista de las sociedades industriales avanzadas. Pese al potencial de este tipo específico de turismo y a su acusado crecimiento dentro de los mercados turísticos, no se puede plantear como la panacea a los problemas rurales, por lo cual resulta oportuno reflexionar acerca de la relación que el campesinado como objeto del turismo establece con esta actividad relativamente nueva y no tradicional, así como sus matices en las esferas económica, ecológica y cultural de los entornos rurales.

Palabras clave: interculturalidad, pluriactividad, espacio rural, economía campesina.

Introducción

El presente ensayo inicia una discusión teórica sobre la interconexión entre la figura del campesinado como clase distintiva de la sociedad, y el turismo rural como una posible estrategia de desarrollo; para tal fin se procede al análisis social de la relación entre ambos conceptos, desde la perspectiva del análisis ecológico, cultural y económico.

La primera parte es una aproximación sociológica al concepto de turismo rural. Ahí se articulan las interrelaciones de centro periferia que dan como resultado el uso del espacio rural destinado al ocio turístico. Igualmente se realiza una discusión teórica sobre la propiedad del término turismo rural para definir dicha práctica a partir de una delimitación espacial desde un concepto amplio.

En segundo lugar se aborda la importancia de la relación entre el concepto de turismo rural y campesinado como una relación orgánica e indisoluble, en tanto que el primer concepto se refiere a estrategias reales de desarrollo rural sustentable. Esta perspectiva parte del supuesto de analizar al turismo como un fenómeno social, del cual el campesinado (en el caso concreto del turismo rural) se vuelve un objeto central y su finalidad como propuesta de desarrollo.

Posteriormente se plantea la relación ecológica que el campesino establece con su entorno, a partir de sistemas tradicionales de transferencia de energía, análisis del cual parte esta relación orgánica y biológica hacia una nueva forma de utilización del espacio rural de determinación social y uso racional de los recursos, a través de su destino para fines de ocio turístico.

Más adelante se aborda la relación del turismo rural con la cultura campesina. En este sentido se define a la cultura campesina desde la perspectiva de las tradiciones y las costumbres, para después confrontar ese sistema cultural parcial con un concepto amplio de cultura, esbozado desde la antropología, con lo cual se establece la interrelación cultural entre el campo y la ciudad, y la hegemonía de la cultura que se irradia desde los centros urbanos hacia las periferias rurales. Lo anterior pone en el centro de la discusión el choque intercultural de estos dos polos que se presenta ante el fenómeno turístico.

En otro apartado se aborda la necesidad de la negociación intercultural como estrategia de comunicación entre los actores del turismo rural, visto desde la teoría general de sistemas. Dicho modelo de negociación

constituye una visión crítica al sistema de imposiciones y a la comunicación de arriba abajo.

En dicha perspectiva de comunicación intercultural se plantean los aspectos más polarizados que se expresan ante el hecho turístico, por una parte la expresión cultural que establece el polo rural, y por otra la del polo urbano. Posteriormente se plantea la dimensión prosaica (estética de lo cotidiano) como eje de la discusión de las diferencias interculturales, a partir de ello se propone un sistema de análisis mediante matrices de interrelaciones de la prosaica con herramientas semióticas y simbólicas.

Finalmente, se establece la relación del turismo rural con la economía campesina, se parte del principio de que la actividad es sustentable y con un gran potencial en términos económicos; pero se llega a la conclusión de que el aporte específico que el turismo rural puede hacer a la economía campesina, está dado por la manera en que esta actividad contribuye a la subsistencia anual de la familia del campesino.

Hacia una definición sociológica del turismo rural

Desde el punto de vista teórico, es imprescindible plantear un marco de referencia sociológico para explicar el turismo rural. De acuerdo con algunos teóricos es importante retomar las teorías de centro-periferia de Galtung y el posmaterialismo de Inglehart, como una primera aproximación al tema. A partir de esta perspectiva, se ha planteado la orientación materialista posmaterialista de la sociedad, que explica el cambio de valores en las sociedades occidentales, el cual se da a partir de la década de 1970 (Elzo *et al.*, 2001).

En estos términos, el turismo rural se convierte en una actividad pensada desde las ciudades, en la que los habitantes urbanos se proponen disfrutar de los remansos de un mundo pasado que las sociedades industriales avanzadas no pueden satisfacer con sus modelos turísticos masivos. Aunado a esto, es posible sumar el auge ecologista de los años sesenta y setenta, el interés por lo étnico, la búsqueda de autenticidad o bien lo que es aprovechable desde el centro para convertirse en un ocio turístico que se da en las periferias. Esta actividad gira en torno a los ejes básicos de la explotación agrícola, el pueblo y el espacio.

En esta primera aproximación el turismo rural se define desde concepciones amplias, que corresponden a los modelos europeos en las que se articulan conceptos clave como actividades recreativas, estancias rurales, desplazamiento y permanencia temporal fuera del lugar de

residencia, atractivos rurales, y el potencial de los espacios para la satisfacción de las necesidades de ocio.

Sin embargo, dado el interés de este ensayo centrado en la figura del campesinado, es importante plantear la concepción de turismo rural no sólo desde la perspectiva puramente turística. Es necesario atender las características específicas de América Latina y, a partir de ello, articular nuevos elementos enriquecedores de la definición como son: proceso turístico, aprovechamiento de recursos, motivaciones de viaje, necesidades del desarrollo local en comunidades rurales y la definición de los impactos de la actividad turística.

De acuerdo con lo anterior, el planteamiento de la actividad turística como una alternativa debe superar la esfera turística y proponer un punto de equilibrio entre el desarrollo rural y el turismo. Esto es indispensable, pues las discusiones sobre el concepto oscilan en estos polos, y el interés fundamental es definir aquella actividad turística que realmente aporte alternativas para poblaciones campesinas.

En los términos más simples se puede plantear que la preferencia por emplear el término de turismo rural se da en el sentido de que esta concepción puede agrupar a cualquier actividad turística que se desarrolle en el medio rural; sin embargo, como se ha dicho antes, la idea de una actividad que promueva el desarrollo rural e integre a las sociedades campesinas requiere de términos mucho más específicos.

Es importante distinguir entre el turismo que se hace llamar rural que es operado por empresas turísticas, con un aparato mercadológico, económico y administrativo sólido, que se emplaza en espacios rurales donde se construye un producto turístico en los términos tradicionales y que forma parte de un segmento del mercado (es decir, que existe realmente como una oferta) pero que es parte de la denominación turismo alternativo, tal es el caso de las Haciendas en Jalisco. Igualmente habría que separar al denominado agroturismo que se desarrolla en escenarios rurales, pero es operado por zonas de producción intensiva y/o agroindustrial de alta rentabilidad, que suman a sus industrias la posibilidad de explotación turística del lugar como se da en el norte de Italia. En ambos casos, la práctica turística puede emplear indirectamente a algunos campesinos que complementan su trabajo agrícola con esta otra actividad alternativa. En este punto el contraste real debería establecerse con el turismo que realmente es operado por campesinos e indígenas, en el que se pueden realizar diversas actividades que tienen como finalidad

única la verdadera convivencia con el mundo rural; en términos estrictos este sería el auténtico concepto de turismo rural.

De acuerdo con esta división esquemática del turismo rural, se pretende apuntar hacia aquello que es lo más adecuado para el caso concreto de México. Sin embargo, como en todas las tipologías, su función es puramente didáctica y esquemática, y los casos puros no son encontrados en la realidad concreta por lo cual las definiciones deberán generarse en la medida en que los casos se presentan, más aún ante una actividad tan nueva y relativamente poco explorada.

En este sentido, lo que se plantea hasta este punto es pensar en los movimientos posindustriales como una veta explicativa del surgimiento de este nuevo interés turístico (Álvarez, 1994); pero sin desatender el hecho de que los principales beneficiarios de esta actividad y quienes reciben sus impactos son los campesinos. Dicha perspectiva está preconditionada a la coexistencia del turismo con elementos propios de la ecología, la economía, la sociedad y la organización política campesinas. Este modelo de turismo rural cobra relevancia en un país que, como México, tiene un alto número de campesinos e indígenas, y en el que se ha mostrado un caso paradigmático en los denominados Pueblos Mancomunados de la Sierra Norte de Oaxaca.

Así, una actividad turística desarrollada fundamentalmente por campesinos estará más inclinada hacia la vida rural como un discurso holístico de la relación del campesino con su entorno, que a la producción agrícola como un elemento aislado; es decir, que hace referencia a las actividades productivas de subsistencia. Es una actividad operada por completo por los campesinos y respetuosa de sus formas de organización tradicional. Sus criterios de sustentabilidad están asociados a sus formas de vida y se reflejan en un medio ambiente bien conservado. Su organización y flujo puede potenciarse por medio de la creación de circuitos, pero la idea fundamental es la convivencia con los campesinos en un punto específico sin importar el resto.

En este apartado en el que se intenta definir la actividad turística que afecta al campesino, cabe hacer una aclaración respecto a un término ampliamente difundido y con un crecimiento vigoroso: el ecoturismo. En este sentido, se desea aclarar la tendencia equívoca de asociar inmediatamente ecoturismo con turismo rural. Esto se debe a que una de las categorías definitorias para construir el concepto sería considerar como problema central al espacio y los actores que son afectados por la

actividad turística y con ello plantear las grandes diferencias de escenarios en los que se da el turismo, que no necesariamente son los mismos en ambos casos.

Como se ha señalado antes, una manera simple de definir al turismo rural sería como “toda actividad turística desarrollada en el medio rural”, pero esta simplicidad aparente requiere la complicación de definir lo rural como espacio y el turismo como la actividad que sucede en ese escenario. En lo que se refiere al espacio rural cabe notar que no existe una definición unívoca al respecto, sino que ésta difiere ampliamente dependiendo del lugar aludido y de la materia desde que éste es estudiado; por ejemplo, en la Unión Europea se han realizado intentos por unificar el concepto pero no tienen homogeneidad respecto a sus elementos clasificatorios que oscilan entre aspectos relativos al número de habitantes, orden geopolítico, extensión territorial y nivel de urbanización. Sin embargo, es posible considerar que el espacio rural puede definirse, con mayor provecho para el análisis turístico, en función de sus usos y ocupaciones. En primer lugar se le debe considerar como un espacio vital para la población rural; esto es, que éste se manifiesta como el soporte físico en el cual se dan las necesidades de habitación y relación social de la población; en segundo término es un espacio económico, o sea un factor de producción que permite satisfacer las necesidades de sus habitantes. Aquí es posible aludir a la noción de ecotipos campesinos, de los cuales Wolf (1978) presenta algunas de las diversas tipologías posibles de ser encontradas en el espacio rural; y finalmente, habría que encontrar un tercer uso como espacio recreativo, en el que personas ajenas a la comunidad ejercen su tiempo de ocio con importantes consecuencias sociales y económicas. Con lo anterior se puede observar que la actividad turística rural se da en coexistencia con múltiples realidades que suceden en un mismo espacio, o dicho en otros términos, que el turismo no es el centro de la actividad productiva rural, ya que puede ser el motor de desarrollo, un complemento o simplemente algo puntual.

Bajo esta concepción, resulta central el tema del desarrollo rural, más allá de la productividad turística, pues el turismo es sólo un medio más, pero el tema de fondo sería el desarrollo. En este sentido, no hay que olvidar que el desarrollo es un invento occidental de la modernidad capitalista, y una perspectiva crítica sería un elemento que garantice la legitimidad de tal desarrollo, debemos estar atentos sobre cuál es el destino de ese desarrollo y quiénes son sus beneficiarios, lo cual se reflejaría en prácticas sustentables y socialmente justas. Lo anterior

significa que es importante entender las contribuciones que el turismo puede generar potencialmente a la economía y al medio ambiente, plantear desde adentro una mejora en la calidad de vida de los campesinos, revalorar el patrimonio natural y cultural de la comunidad.

Igualmente relevante resulta definir, en general, al turismo desde su perspectiva sociológica y con ello revalorar los aspectos que para esta definición específica pueda ser de mayor utilidad.

De acuerdo con Gruyer (1909), el turismo es un fenómeno social explicado por la necesidad de descanso y el gusto por la belleza y bienestar, obtenidos al entrar en contacto con la naturaleza virgen y por las relaciones entre los pueblos, lo cual da lugar al aumento de las empresas, el desarrollo del comercio, las industrias, las profesiones y el perfeccionamiento de los medios de transporte. Para Hunziker y Krapf (1942), el turismo es el conjunto de relaciones y fenómenos derivados de la estancia de forasteros, excluyendo la radicación, para el ejercicio de una actividad lucrativa principal, permanente o pasajera. Por su parte, la Conferencia Internacional sobre Estadísticas de Viajes y Turismo (1991) lo definen como el conjunto de actividades de personas que se desplazan a un lugar distinto al de su entorno habitual por un espacio de tiempo con fines de ocio. Finalmente, la ONU lo define como las actividades que realizan las personas en viajes y estancias a lugares distintos a su entorno habitual, en un periodo consecutivo inferior a un año con fines de ocio, negocios u otros motivos.

En consideración a estas definiciones paradigmáticas, es posible hablar de que el turismo se refiere a un desplazamiento o viaje sin implicar cambio de domicilio, que se excluye en estos desplazamientos al lugar de residencia, el tiempo de estancia tiene una importancia central, pero más aún las actividades realizadas en el destino. Con esto podemos definir una tipología de turismo a nivel genérico como un hecho económico y social, lo cual pone de manifiesto que es un hecho estudiado fundamentalmente desde las ciencias económicas y sociales.

Igualmente el estudio del desarrollo del turismo se explica a partir de factores económicos favorables reflejados en mayor poder adquisitivo en las sociedades industriales de los países occidentales, factores técnicos que se dieron en los avances tecnológicos en las áreas de comunicaciones y transportes, factores sociológicos dados por la expansión de la población urbana en situaciones de estrés y búsqueda de ambientes naturales, factores políticos que establecen mejoras en las condiciones

laborales y sociales, disminución en las jornadas laborales y establecimiento de vacaciones retribuidas, factores culturales como extensión de la educación, la cultura y mayor interés por otros pueblos, y factores psicológicos con la expansión de técnicas publicitarias y mercadológicas (De la Torre, 2004).

Los elementos anteriormente expuestos, en las distintas definiciones, deben estar relacionados del tal manera que expresen una aproximación al concepto de turismo rural como:

todo tipo de aprovechamiento turístico en el espacio rural, siempre que cumpla con las siguientes limitaciones:

Que sea un turismo difuso, respetuoso de patrimonio cultural y natural, que implique la participación activa de los campesinos, que implique actividades tradicionales opuestas al gigantismo y al monocultivo turístico, que los beneficios producidos se queden en la zona.

El turismo rural es aquella actividad turística realizada en el espacio rural, compuesta por una oferta integrada de ocio, dirigida a una demanda cuya motivación es el contacto con el entorno autóctono y una interrelación con la sociedad local.

La definición de la Asociación Española de Turismo Rural (ASETUR) se plantea como “el conjunto de actividades que se desarrollan en dicho espacio geográfico (espacio rural), excediendo el mero alojamiento en el mismo y que pueden suponer para los habitantes estables del medio unas fuentes de ingreso complementarias a las tradicionalmente dependientes del sector primario”.

En estas definiciones es posible encontrar tres elementos que involucran directamente a la esfera campesina: por una parte, que el turismo sería un ingreso complementario integrado a su propia lógica económica; en segundo lugar, que la cultura rural es el elemento fundamental del producto turístico, y por último, la integración en la comunidad rural y participación en su dinámica por parte del visitante (la relación intercultural).

Dada la amplitud y vaguedad del concepto de turismo rural, es posible decir que es susceptible de asociarse con otros conceptos, pero, como se ha expuesto anteriormente, el primero tiene características distintivas que pueden diferir de los segundos; sin embargo, unos pueden incluir a los otros eventualmente y éstos son: ecoturismo, turismo verde, turismo de interior, turismo cultural, turismo de aventura y deportivo, turismo alternativo y agroturismo. Esta amplitud de conceptos depende de las

características naturales, etnológicas y geográficas de cada país, pero se puede notar en el hecho empírico de que el turismo rural se distingue por ser respetuoso con el medio ambiente (busca el desarrollo socioeconómico a partir de la conservación de la naturaleza), es una actividad económica en sí misma (constituye un aporte de ingreso complementario), implica a toda la población a partir de la integración sociocultural y económica, su base es el medio rural como un todo (la dimensión holística de la pequeña comunidad).

Sin embargo, no es posible plantear una concepción del turismo rural que lo erija como una panacea a la problemática de los campesinos, pues a pesar de sus beneficios como la disminución del éxodo rural, diversificación económica, inclusión de la mujer en la esfera productiva, consumo de productos locales, revalorización y rescate cultural, refuerzo de la identidad, preservación del medio ambiente, etcétera. A ello también se opone una serie de riesgos como el abandono de actividades tradicionales, la urbanización, el desarrollo anárquico, tensiones sociales y riesgos a la integridad natural y paisajística.

Toda actividad humana tiene riesgos y beneficios, y es por ello la necesidad de plantear al turismo rural como un fenómeno social complejo, pues en esa dimensión se articula toda su complejidad, en particular cuando la propuesta tiende a la práctica de una actividad relativamente nueva en un sector vulnerable como lo es el campesinado.

El campesinado y el turismo rural

El turismo rural es una actividad compleja que se manifiesta como una relación entre diversos recursos y actores sociales. En este sentido y de acuerdo con De la Torre (2004), el objeto del turismo es el conjunto de elementos que conforman la oferta turística dentro del mercado, y ésta se expresa en términos de la oferta primordial que son los recursos naturales en los que no ha intervenido el ser humano, y los recursos culturales que son las diversas manifestaciones directas de la idiosincracia humana. Por otra parte, se muestra la oferta complementaria que es consecuencia de la oferta primordial y se basa en una infraestructura y estructura turísticas adecuadas. En este sentido, el papel del campesino se vuelve central, pues forma parte intrínseca del objeto del turismo, es en buena medida un agente sustancial en la conformación del producto turístico. El papel del campesino frente a la actividad turística está dado por el carácter de la relación que se establece con el mundo exterior, que en términos

productivos se expresa como la transferencia de sus excedentes hacia los polos urbanos por medio de estrategias de dominación bien definidas. En el caso de turismo rural, la idea fundamental es preservar la hegemonía urbana y transferir “los excedentes” de capital cultural y ambiental del medio rural a los viajeros ciudadanos, a través de la actividad turística. Desde la perspectiva europea, el surgimiento del turismo rural como un segmento aceptado dentro de los mercados hegemónicos, responde a la degeneración de las sociedades industriales avanzadas y a sus correspondientes manifestaciones, lo cual significa que ante el agotamiento del ambiente y la masificación de la cultura, se busca satisfacer la necesidad humana del ocio a través de la extracción del “excedente”, si así puede ser llamado, de las culturas autóctonas y sus entornos conservados.

Con base en lo anterior se intenta plantear que a pesar del cambio de valores en cuanto a la conciencia ecológica y respeto a las culturas rurales, en la inserción del turismo como un nuevo uso del espacio rural, no se puede soslayar que la irrupción de esta actividad dentro de las actividades tradicionales de la esfera campesina se refiere al despliegue y difusión generalizada de los valores y principios de la modernización hacia lo rural. Esto no significa que el turismo irrumpe en el campo de manera similar a como lo hace la cultura de masas a través del mercadeo y la comunicación, por citar un ejemplo, sino desde una óptica posmoderna en la que se asume el fracaso de los valores (turísticos) de la modernidad y se intenta replantear la conducta humana por medio del retorno a los orígenes (en este caso el campo). El visitante ciudadano expresa una apreciación ética distinta respecto al ambiente y la cultura rural, pero, en términos de lo que diría Lipovetsky (2002), desde la lógica del posdeber traducido como un conjunto axiomático hedonista, más que como la antigua ética del deber divino o la moderna responsabilidad revolucionaria hacia los demás seres humanos.

Dentro de este esquema el campesino ocupa un lugar marginal dentro de su relación con los centros urbanos, pues ahora no sólo transfiere sus excedentes productivos, sino que pone a disposición del ocio turístico urbano su espacio vital, su cultura y su cotidianidad, a cambio de un supuesto desarrollo. En función de esto es posible afirmar que dentro de un esquema de desarrollo multidimensional (es decir, no exclusivamente económico) con enfoque turístico, el campesino debe ocupar un lugar central y entenderlo como un actor social específico con una problemática propia y no sólo como un agente común del mercado

turístico susceptible de ser explotado; ya que, de acuerdo con Wolf (1978), los campesinos no operan como una empresa en el sentido económico, pues imprimen desarrollo a una casa y no a un negocio. Este supuesto parte de la unidad familiar como grupo productivo que asegura la subsistencia de dicho núcleo, lo cual significa que el turismo como estrategia de desarrollo debe vincularse profundamente al campesino y su familia, en la que se verán reflejados los impactos, tanto positivos como negativos, que eventualmente pudieran presentarse.

El turismo es una actividad que se verá beneficiada de los excedentes sociales producidos por el campesino, una vez que éste ha satisfecho sus necesidades vitales con el mínimo posible, acumula fondos ceremoniales, que son parte sustantiva del atractivo turístico y que generalmente no son pagados por el turista, como por ejemplo el viajero que destina su tiempo a “puebloar” y disfruta de la fiesta de un pueblo pero no paga ninguna remuneración por dicho goce estético, sino, por el contrario, aprovecha el excedente que el campesino ha generado para tal fin. Por otra parte, aunque el turismo pueda verse como una actividad que aporta excedentes a la producción tradicional, estos habitualmente se escapan como fondos de renta, debido a la asimetría que el ámbito rural enfrenta para operar la actividad turística, ya que generalmente deberá aportar una renta para satisfacer las necesidades de estructura e infraestructura que se requieren en la conformación de un destino turístico.

En otro sentido, la posición del campesino en los proyectos de turismo rural sigue siendo a través de su relación con la ciudad como emblema del desarrollo y como soporte material del aparato estatal; es decir, su figura toma forma en función del contraste con el visitante urbano y el tipo de relación específica, por lo regular, asimétrica que establece con éste. Así, su lugar en la sociedad se vuelve central, ya no tanto como proveedor de alimentos, pues esto es posible de conseguirse industrialmente sin intervención de los campesinos, sino más bien como el proveedor de un servicio en el que se busca la simplicidad de su identidad y su modo de vida, pero sin valorarlo completamente sino de manera intermitente como objeto de viaje. De esta forma el problema económico del campesino oscila en equilibrar las demandas del mundo exterior con la necesidad de aprovisionamiento para sus casas. El turismo se convierte en una estrategia de diversificación de la renta para la agricultura tradicional, como una manera de aumentar sus ingresos para proveer a sus familias.

En este fenómeno la población rural sobresale y se configura en la relación inmanente del campesino anfitrión y del visitante urbano, pero sobre todo por la adaptación y combinación de actitudes y actividades dadas por el hecho turístico, a través del cual se busca el sostenimiento de las formas de vida campesina y la preservación de sus manifestaciones culturales. En el siguiente apartado abordaremos la relación de uso y apropiación del espacio, como lugar de ocio turístico y sus implicaciones ecológicas.

Ecología y campesinado: el turismo y los nuevos usos del espacio rural

La forma básica en la que los campesinos aseguran su subsistencia guarda una estrecha vinculación con la relación que éstos establecen con el ambiente. Desde el punto de vista teórico, el estudio de los ecotipos campesinos brinda un amplio abanico respecto a las tipologías que asumen estos sistemas de transferencia de energía del ambiente al ser humano, que en última instancia presentan variaciones de índole cultural y relativas al ecosistema específico en el que las transferencias toman lugar. Wolf (1978) define los ecotipos campesinos como la adaptación ecológica del campesino, a través de una serie de transferencias de alimento por medio de procedimientos con los cuales pone a contribución las fuentes inorgánicas de energía dentro del proceso productivo. Tradicionalmente y hasta la fecha, es posible encontrar evidencia empírica de que estos sistemas de transferencia de energía son los mecanismos con los cuales los campesinos se han asegurado y aseguran su existencia. En este contexto, las propuestas del turismo rural implican no la sustitución de esta relación con el entorno, sino una adición a los mecanismos de obtención de recursos para la subsistencia campesina. Lo anterior significa que la actividad turística en el entorno rural no supone la supresión de las formas tradicionales de subsistencia, sino, por el contrario, las centra en el foco de interés turístico como un atractivo primario. La lectura del paisaje como las expresiones culturales diversas que en él se suceden, son la materia prima que dará pie a una motivación turística. Todo ello se traduce en la necesidad de pensar el turismo rural como una estrategia parcial inserta en procesos de desarrollo aún más amplios.

La pequeña comunidad es una unidad funcional para el análisis de la relación ecológica del campesino y el aprovechamiento turístico del

espacio rural. En este sentido y con base en Robert Redfield (1971), los rasgos distintivos de la pequeña comunidad son los siguientes:

En primer término, es importante destacar la característica de diferenciación que la pequeña comunidad tiene como un espacio acotado, en el cual puede definirse en dónde empieza y dónde acaba; esta acotación espacial es una relación de orden semiótico que puede distinguirse a partir de la lectura de signos existentes en el paisaje, que por un lado es observable por el turista ajeno a la comunidad, y por otra parte, se expresa en la conciencia grupal de los campesinos. Esto significa la existencia de una relación ecológica con el entorno físico en la que acontece el fenómeno turístico y es experimentada como las representaciones e interpretaciones que los habitantes hacen de su espacio, y lo ofrecen como atractivo turístico en contraste con el imaginario que el visitante ciudadano se construye sobre dicho espacio.

En segundo término, podemos decir que este espacio legible es pequeño por definición, motivo por el cual es operativo para el viaje turístico rural ya que es una experiencia parcial, pero profunda e intensa que puede proveer al viajero de una imagen medianamente completa de la vida rural en determinada comunidad.

En tercer lugar, la pequeña comunidad es un entorno homogéneo donde la composición social es bastante plana dependiendo de los registros de edad y sexo, las ocupaciones son repetidas a través de generaciones. En este sentido, se entiende la homogeneidad como una forma de cambio lento en las sociedades campesinas, lo cual igualmente se opone a la experiencia cotidiana en los polos urbanos.

Por último, la pequeña comunidad es en cierto sentido autosuficiente, pues en ella será posible satisfacer las necesidades básicas del ser humano y establecer una red elemental de relaciones primarias. De esta manera el destino turístico se verá asimilado como un pequeño entorno capaz de satisfacer las necesidades del viajero, siempre bajo el entendido de que éste va en busca de una experiencia auténtica con el entorno rural, y de ninguna manera piensa en emplazar las comodidades y lujos del turismo moderno hacia los confines del agro.

La propuesta del turismo en las comunidades rurales cuenta con condiciones en extremo favorables para su despliegue desde el punto de vista ecológico. En el caso concreto de México, se pueden encontrar espacios rurales con variedad y diversidad geográfica, climatológica y de suelos; la presencia de muchos y muy variados ecosistemas, grandes

atractivos naturales y una enorme riqueza cultural. Las perspectivas de la relación ecológica hacia el turismo rural en México y en muchos países en desarrollo son muy alentadoras. Sin embargo, para ello es necesario invertir la perspectiva de los modelos turísticos convencionales, con la finalidad de entender profundamente la particular relación ecológica de los campesinos y plasmarlo en la conciencia de los visitantes. En este mismo sentido, los pobladores rurales no están exentos en materia ecológica; por lo cual un programa de turismo correctamente impulsado, basado en principios básicos de sustentabilidad ambiental, puede incidir de manera favorable en un replanteamiento de la relación que los campesinos establecen con su entorno.

La diferencia entre la relación ecológica que el campesino establece con el medio ambiente a partir de los ecotipos y el aprovechamiento de los recursos naturales para explotarse turísticamente, reside en el hecho de que el turismo como práctica social, para ambas partes, no está condicionado por un instinto biológico, sino que depende de un sistema de valores colectivos que estructura un conjunto de roles económicos y sociales orientados hacia tal fin. En estos términos, el turismo ha significado un proceso constante de expropiación y explotación de los recursos de las comunidades, desafortunadamente, en beneficio de los grandes capitales. De acuerdo con esto, es necesario plantear la relación ecológica en términos racionales y planificados de manera que sea posible invertir los valores hacia una resignificación del individualismo, el hedonismo y la vuelta hacia la naturaleza; es decir, el rescate de lo individual y lo auténtico sobre lo material y la estandarización de características de las sociedades actuales.

Esta nueva relación ecológica racional es producto de una negociación entre la resignificación de los valores de la ciudad y del campo, que debe basarse en una visión de desarrollo sustentable en sentido amplio. Así, el desarrollo sustentable es ante todo un proyecto social y político que apunta hacia la descentralización (de los mercados turísticos) y el ordenamiento ecológico de la producción, y que ofrece principios y orientaciones a los proyectos de democratización de la sociedad, fundada en la participación directa de las comunidades en la apropiación y transformación, de sus recursos ambientales, y que no debe tener otra orientación que no sea erradicar la pobreza, elevar la calidad de vida y satisfacer las necesidades básicas de la humanidad. Esta definición, en el discurso, resulta muy complaciente pero el asunto de fondo es entender de manera real la forma en que los campesinos establecen relaciones con

el ambiente, de tal modo que sea posible plantear y respetar esos principios al promover proyectos de turismo rural.

Como ya se ha apuntado, el turismo como práctica social corresponde a una racionalidad dominante y, por lo tanto, la traslación del destino de las playas hacia el campo no implica por sí sólo una nueva relación ecológica. Por ello la importancia de evaluar el turismo en todas sus fases, puesto que su popularidad reciente también constituye una amenaza al entorno. El común denominador de ocupar la esfera rural como destino turístico representa una modificación radical de la propia práctica social. Esta alternativa de aprovechamiento del espacio ecológico, desconocida por el campesino, debe difundirse de manera participativa y consensuada, para impulsar una resignificación de la relación ecológica campesina, por medio de una reapropiación de los recursos naturales, gestión del servicio y apropiación de los beneficios. Es necesario reconceptualizar por completo la relación con la naturaleza y el aprovechamiento de los recursos, de tal modo que el campesino tome conciencia de su papel dentro de este modelo, no únicamente como instrumento operativo de los servicios turísticos, sino como fin último del desarrollo.

El turismo rural se inserta dentro del sistema ecológico de la comunidad, como un sistema de interrelaciones entre la suma de sus partes, es por ello que al definir la naturaleza sistémica de la comunidad se debe retomar la idea de la comunidad como un todo e insertar la práctica turística dentro de ese esquema de coexistencias paralelas con la cultura, la economía y las relaciones sociales campesinas; de otra manera el simple fenómeno turístico aislado no expresa ningún aporte sustancial en el desarrollo de las comunidades, sino, por el contrario, se atiene a la lógica de mercado y a la racionalidad económica prevaleciente entre los grandes monopolios que controlan la actividad a nivel mundial. En el siguiente apartado se abordarán las diversas relaciones que el turismo rural establece con la cultura campesina, con lo cual se plantea la dimensión intercultural como una esfera insoslayable en el modelo turístico como alternativa de desarrollo rural.

Turismo rural y cultura campesina

La cultura campesina como tal no puede ser vista desde el enfoque tradicional que la antropología hace como toda manifestación de la acción humana, sino que en su carácter acotado y distintivo resulta mucho más fructífero estudiársele como el conjunto de condiciones y tradiciones típicas de la sociedad campesina. En cierta medida esta cultura guarda una

relación íntima con los patrones culturales en las pequeñas comunidades. Este tipo específico de cultura está cimentado en un orden ideológico, ya que de acuerdo con Wolf (1978) una ideología consiste en actos e ideas, ceremonias y creencias, que motivan funciones. Algunas de éstas son expresivas, como puede verse con bodas, funerales, oficios religiosos o fiestas de la cosecha. Series de actos e ideas como éstos poseen también una función protectora. Ayudan a los seres humanos en las inevitables crisis de la vida, fracasos, enfermedades y la muerte. Además, al prestar esta ayuda que mitiga la ansiedad y endurece frente a las desgarraduras y desconuelos, ligan la experiencia personal íntima a la general. Hay tres ejes fundamentales en los que la ideología se ejerce y se presenta como manifestaciones materiales de la cultura campesina: lo ceremonial, las tradiciones religiosas y los movimientos campesinos.

Una vez habiendo esbozado lo peculiar y distintivo de la cultura campesina, resulta de gran relevancia pensar en que esta cultura es parcial, y que en el sentido general y antropológico del término, guarda una relación cultural de interdependencia con la ciudad, considerando a esta última como decisiva en el desarrollo, transformación y declinación de la cultura. En estos términos nuestro ejemplo, el del turismo rural, es paradigmático y altamente ilustrativo.

La ciudad se ha constituido históricamente como el polo de la alta cultura, con lo cual se van formando subculturas concéntricas hacia la periferia que se vuelven manifestaciones de las sociedades populares; en este sentido, la ciudad ha desarrollado un orden hegemónico de la cultura, regido fundamentalmente a través de la moral y la técnica. Con base en esto, la transformación de las sociedades populares se plantea en términos de urbanización, lo cual puede ser una de las consecuencias directas del turismo. La urbanización es un condicionante en las visiones del mundo, las prácticas éticas y las personalidades típicas como reflejos de una comunidad específica; ello en última instancia significa el desarrollo de dos formas de conciencia cultural, polarizadas en el campo y la ciudad. En la práctica turística, la irrupción de la cultura urbana en el ámbito de la cultura campesina no necesariamente es armónica ni se integra de manera orgánica, por lo que la negociación intercultural es un problema que debe ser abordado en ámbito del desarrollo.

La negociación intercultural en proyectos de turismo rural

Como se ha comentado anteriormente, el turismo en zonas rurales es una actividad que requiere grandes cambios de conciencia por parte de los actores involucrados. Estos cambios y nuevas concepciones son relativamente difíciles de conseguir y más aún cuando no existe un buen nivel de entendimiento entre los sujetos y objetos del turismo. Desafortunadamente, se ha malentendido a la comunicación para el desarrollo rural como el conjunto de técnicas y herramientas, en el mejor de los casos, aplicadas por profesionales en la materia. Sin embargo, no es posible soslayar el hecho de que la comunicación es un hecho inherente al ser humano y no está reservada a un limitado número de profesionales. Es debido a esto que la propuesta hecha opta por la negociación intercultural, como una forma de eficientar la integración entre el viajero y su anfitrión, lo cual deberá estar previsto en las etapas de planeación, operación y evaluación de los proyectos turísticos. Si bien es cierto que para poder hacer operativa la actividad es necesario hacer un cambio de mentalidad en el campesino y que este cambio es susceptible de ser detonado por medio de estrategias de mercadotecnia social y ecológica, también es importante reconocer que una parte sustancial del producto turístico es aquello que el campesino tiene que decir acerca de su vida cotidiana, de su cultura y de sus costumbres (Calomadre, 2000). Esto significa que a pesar de que el turismo es una actividad desarrollada y de la cual los campesinos tienen mucho que aprender, un proceso de comunicación real podría ayudar a la participación de los pobladores rurales en la elaboración de los proyectos de turismo, puesto que son ellos mismos quienes conocen sus capacidades y limitaciones, y quienes en última instancia pueden proponer las alternativas a seguir en el desarrollo de proyectos turísticos (Carmona, 2002). Un modelo de comunicación real implica la negociación como precondition para el entendimiento del otro y es una postura crítica hacia los modelos de arriba abajo.

La manifestación cultural de la población rural

El turismo es una actividad con una serie de patrones y procedimientos ya establecidos, en tanto que es una acción comercial y productiva con fuertes implicaciones sociales y culturales, debe tenerse en mente una clara interrelación cultural con las comunidades en que va a operarse. El objetivo fundamental de esta integración cultural está dirigida a entender los riesgos y oportunidades que el turismo ofrece y a hacer partícipe de

ello a la comunidad en que tomará lugar. La precaria situación del campo y la pluriactividad campesinas han dado origen al descubrimiento y propuesta de nuevos usos del espacio rural. Es por ello que no podemos sostener que el turismo rural surge espontáneamente por iniciativa de los campesinos, ni que es la irrupción abrupta de los ciudadanos en el campo. Este es un fenómeno que se ha gestado sincrónicamente, y que para ser aprovechado requiere de la comunicación directa con los pobladores rurales, con el fin de generar proyectos acordes con cada realidad específica.

La integración de la cultura campesina en el discurso turístico y, en términos semióticos, con la variedad de signos que proporciona su ambiente puede contribuir enormemente a la actividad turística. La lectura del paisaje como recurso turístico y como componente de la pequeña comunidad es indispensable. La comunicación con los campesinos muestra su percepción de la situación geográfica y tamaño del territorio, del clima y los recursos hídricos. Igualmente dará cuenta de su situación socioeconómica, de la infraestructura y los servicios disponibles, en suma de su riqueza cultural. El punto crucial desde una perspectiva de desarrollo son las motivaciones, competencias y perspectivas que la comunidad tiene acerca del turismo, saber si de alguna manera se ha sensibilizado frente a esta actividad. El conocimiento de estos factores tangibles y sus implicaciones simbólicas es lo que en última instancia podría hablar de la capacidad de diálogo intercultural de la comunidad, necesario para la actividad turística. A su vez, es la conjunción de estos elementos la que podrá emplearse para difundir entre los habitantes de la comunidad su eventual potencial turístico y la manera óptima de aprovecharlo. En estos términos, la comunicación se convierte en un elemento indispensable para el encuentro con la cultura rural, lo cual tiene una finalidad doble dentro del esquema de negociación intercultural; por un lado, es una forma de expresión de las culturas autóctonas, y por el otro, es el reflejo que en los turistas encuentran de ellos mismos bajo las manifestaciones turísticas.

La expresión cultural de los turistas urbanos

El visitante urbano que se desplaza hacia el campo es un emisor constante de mensajes dentro del diálogo intercultural. En un sentido muy amplio, el turista transforma el espacio rural en imágenes que construye a partir de su imaginario sobre el campo y los soportes materiales que éste encuentra en sus destinos de viaje. La motivación para viajar, según Augé (1998), se

da en la imagen de descubrimiento que abre el espacio de encuentro con los verdaderos espacios de otros. El turista ciudadano persigue en el viaje una experiencia ya codificada en la búsqueda de lugares mitificados por el imaginario social con la finalidad de experimentar, comprender o gozar desde el ángulo de la convención social. Esta apropiación mental del espacio se traduce en una serie de mensajes que interactúan dentro del subsistema turístico rural y conforman el círculo de negociaciones interculturales. Así, un viaje habla de momentos propicios para viajar, una duración determinada, ciertos objetivos por cumplir, un tipo concreto de viaje, maneras de ocupar el tiempo en el destino, motivaciones, expectativas, grados de satisfacción y fama atribuida socialmente al destino.

La unidad operativa de la actividad turística correspondería a la capacidad de negociación y reciprocidad entre cada uno de los mensajes emitidos, tanto por la comunidad receptora como por los visitantes. En función de esta comunicación es posible estar en condiciones de evaluar las ventajas y desventajas de instaurar la actividad turística como una estrategia de desarrollo rural.

La prosaica, como paradigma de la negociación intercultural en el turismo rural

Una vez expuesto el problema de la negociación intercultural en los programas de turismo rural, es oportuno abordar uno de los problemas fundamentales del encuentro entre dos culturas: la estética cotidiana. Se propone el análisis de una cuestión filosófica de la comunicación como una serie de matrices generativas que explican la necesidad de una negociación intercultural, para la operación de proyectos de turismo rural. Es importante superar los lugares comunes de la estética para poder realizar correctamente el presente planteamiento. En primer lugar, estética no se refiere a lo bello canónicamente, sino a bellezas parciales localmente apreciadas; por lo tanto, estética no se refiere exclusivamente a valores artísticos ni a la separación con la vida cotidiana, sino que existe una estética comunicativa y profunda en cualquier hecho susceptible de ser analizado. En este sentido, se puede mencionar a la estética japonesa que encuentra valores de belleza en lo imperfecto de la naturaleza y que incluso es un arte de lo impermanente, *Wabi sabi*, Juniper (2003). Pero ¿por qué abordar el tema de la estética en un ensayo de turismo rural y campesinado? Aunque no lo parezca la razón es simple e incluso puede asumirse como obvia. El turismo es un ocio hedonista de profunda

significación estética, y la base de la negociación intercultural como estrategia de comunicación tiene implicaciones de orden estético, pues el visitante urbano encontrará un choque dentro de los valores estéticos de la ciudad, y la belleza cotidiana de los pueblos visitados será transformada por la acción del turismo.

La estética guarda un doble orden de comunicación: el simbólico y el semiótico; es decir, sus signos están no dichos o bien, subyacen a aquello que es obvio y expreso. Es justo en estos elementos no expresos en los que es más fuerte el choque intercultural y en donde deben redoblar los esfuerzos de la negociación para operar una empresa tan compleja como es el turismo. Dentro de las ramas de la estética se encuentra la prosaica, que estudia los intercambios estéticos a nivel cotidiano, y es con estas herramientas con las que podemos incidir, mediante la semiótica, para evaluar e implementar programas comunicativos entre el campo y la ciudad al encontrarse en la práctica turística.

Dentro de los modelos de análisis para los intercambios comunicativos en la prosaica, podemos encontrar:

a) La retórica y sus diversos registros, como pueden ser diferencias de léxico, en la acústica, en la quinésica, en lo icónico (incluyendo los discursos sobre el paisaje y los sitios de interés turístico).

b) La dramática y sus modalidades como la proxémica, la cinética, la tónica y el pulso.

Estos dos modelos expresan las variaciones más acusadas en el intercambio de estéticas cotidianas. En el caso concreto del turismo que aquí se analiza, es posible plantear que las diferencias no son caóticas bilateralmente, pues en el caso del turista es justamente la búsqueda de registros estéticos opuestos a los habituales lo que motiva el viaje. Lo anterior significa que desde esta óptica, la diferencia estética se potencializa como vehículo comunicativo que atrae la atención turística, con excepción de algunos registros que rebasen el umbral de tolerancia del turista como la falta de servicios. Estos registros incómodos deben disuadirse o disimularse en los esquemas comunicativos. Sin embargo, en lo tocante a los campesinos, los nuevos estímulos estéticos suelen ser más molestos, pues éstos se dan en su hábitat e irrumpen su estética amenazando su espacio vital. La implementación de modelos turísticos debe ser clara respecto a estos impactos, pero hacer énfasis en las comunicaciones relativas a los diversos beneficios del turismo y a las estrategias para reducir sus impactos. Katya Mandoki (1994) ha

desarrollado un enfoque de matrices prosaicas que pueden ser útiles para conocer los puntos específicos en los que la negociación intercultural para proyectos de turismo rural debe incidir. Las matrices de la prosaica propuestas por Mandoki, son situaciones concretas en las que el sujeto es plantado con sus raíces que lo ubican y lo determinan, y en función de lo cual genera reacciones de aceptación o rechazo. Así, un modo de ver la vida está dado por matrices que se yuxtaponen, pues el sujeto experimenta diversas matrices a lo largo de su vida e incluso en un día puede fluctuar de una matriz a otra como la médica, familiar y profesional.

Lo anterior supone que podemos desarrollar una matriz turística rural en la que se pueda plantear una icónica propia dada por el paisaje y sus imágenes, una utilería específica dada por una serie de artefactos autóctonos, una acústica peculiar y así sucesivamente. La matriz turística mencionada puede aludir a los aspectos más representativos de la variación prosaica intercultural en términos bidireccionales; es decir, tanto para el anfitrión como para el turista. Este esquema de variaciones estéticas permite articular proximidades y distancias entre el campo y la ciudad en torno a los cuales debe establecerse el proceso comunicativo. Lo anterior se refiere a un balance de orden empírico, que pone de manifiesto las necesidades fundamentales de comunicación en proyectos de turismo rural.

El turismo rural como contribución a la economía campesina

El turismo rural es una actividad con un gran potencial, pero sigue ocupando un lugar marginal en los principales países en desarrollo. De acuerdo con análisis elaborados por los economistas, el turismo a nivel mundial genera 3 mil 500 millones de dólares al año, 127 millones de empleos e implica la movilización de 715 millones de visitantes. Este marco general da una idea de las proporciones enormes del mercado que países con potencial turístico como México, se disputan. En el caso concreto de nuestro país esta actividad es la cuarta generadora de divisas, y el turismo que se practica en zonas rurales representa aproximadamente 757 millones de pesos. En este sentido, el turismo se puede considerar como una entrada emergente a las comunidades rurales, sobre todo ante el deterioro de las tareas clásicas como las agropecuarias. En México, se tiene conocimiento de un total de 323 empresas sociales conformadas por campesinos e indígenas dedicados a esta actividad. Sin embargo, pese a su gran potencial económico, el emplazamiento de la actividad turística en ambientes conservados encierra el riesgo de afectar estos reservorios si no

se implementan instrumentos de gestión y planeación originales. Igualmente es necesario evaluar las eventuales consecuencias negativas sociales, que en términos generales podrían darse a nivel de destrucción del paisaje, inflación, transculturalización e imposición o choque de costumbres foráneas (López Pardo, 1998).

La riqueza del aporte del turismo rural no sólo tiene efectos positivos a nivel local o de corto alcance; por el contrario, en un plano más general, al combinarse con la oferta turística tradicional puede contribuir en la diversificación turística de un país y en la captación de un mayor número de turistas por más días en el territorio nacional. En estos términos y de acuerdo con las teorías sociológicas que explican el surgimiento del turismo rural, podemos observar que esta reconceptualización de la naturaleza de viajar se cristaliza en tendencias mundiales, pues el segmento turístico alternativo es uno de los que tiene mayor ritmo de crecimiento, mientras que el modelo tradicional de sol y playa crece a 3.4%, éste lo hace a más de 10. El tamaño del mercado para este nuevo tipo de turismo se ha estimado por los especialistas en más de 180 millones de personas.

Los datos anteriores son una manifestación de los movimientos económicos a nivel macro, en los cuales se circunscribe la práctica del turismo rural. Pese a su alto valor ilustrativo no dejan de ser la expresión de una lógica capitalista que si bien no es antitética, en muchos casos no corresponde con los planteamientos que algunos teóricos hacen sobre la economía campesina. Para Chaianov en Shanin (1979), la economía campesina es un tipo específico de economía, determinada por completo en función de la composición de la familia campesina, el número de miembros, su coordinación, sus demandas de consumo y el número de trabajadores con que cuenta. En este sentido, difiere ampliamente del concepto capitalista, pues no expresa los gastos de producción en unidades correspondientes a la economía campesina; así, no se puede hacer una evaluación numérica del beneficio económico del turismo rural, sino que ésta debe expresarse en función de su contribución concreta para el bienestar y la sobrevivencia de la familia campesina. Lo anterior significa que el turismo rural, como contribución a la economía específica del campesino, no puede medirse en términos monetarios, solamente se le puede comparar; lo cual en cierta medida resulta muy subjetivo, pues los parámetros de comparación estarán expresados en términos de la satisfacción de las necesidades de la familia, la dificultad de los trabajos y otras condiciones. En este ensayo el balance monetario solamente tiene

un carácter ilustrativo para la realización de los análisis y para la comprensión del fenómeno. Finalmente, se puede decir que el turismo no se puede plantear como la panacea para la problemática económica del campesinado, ya que su desarrollo y ejecución es intermitente durante las temporadas altas o bajas que la actividad tiene; pero su eventual aporte a la economía campesina no está limitado a la aportación diaria y constante que esta actividad tenga, sino más bien a la manera en que ésta contribuye en la satisfacción del presupuesto anual de consumo de la familia, es decir, al aseguramiento de su subsistencia durante un ciclo más (García Cuesta, 1996).

Conclusiones

El turismo rural es una estrategia de desarrollo inserta en un ámbito espacial determinado por el campo, donde se da un nuevo uso como lugar de ocio turístico. El surgimiento de este fenómeno se explica por las relaciones de centro periferia y el posmaterialismo en las sociedades industriales avanzadas, aunado a la severa crisis del campo y los nuevos usos del espacio rural. El turismo rural no es la panacea a las severas crisis del campo sino que se trata de una estrategia inserta en procesos de desarrollo aún mayores.

El turismo como agente dinámico de la globalización genera acelerados procesos de modernización e integración de zonas aisladas a la economía de mercado. Esta situación es un elemento que se debe considerar en las distintas fases del proceso de desarrollo rural, en especial cuando se aborda en poblaciones de campesinos o indígenas, en las que un cambio violento puede generar procesos de aculturación, migración masiva y otros impactos negativos.

El campo enfrenta una crisis coyuntural ante lo cual el turismo rural puede plantearse como una alternativa; pero al mismo tiempo puede contribuir en el proceso de descampesinización, aculturación y transformación para una inserción más activa al dominante proceso de la sociedad globalizada.

La cultura campesina establece una integración o choque con la cultura urbana frente al hecho turístico, con lo cual se ve en la negociación intercultural una estrategia de comunicación eficiente, hacia la comprensión de las culturas autóctonas como recursos turísticos.

La prosaica y sus matrices generativas son un modelo de comunicación adecuado para el diálogo intercultural, más aún cuando el turismo es

entendido como un subsistema de desarrollo con profunda significación estética, tanto para el visitante como para el anfitrión.

La dimensión ecológica del turismo rural es un eje fundamental tanto para el turista que busca un medio ambiente conservado, como para la población local que valora sus recursos y conserva el ambiente como precondition para un turismo sustentable; una posición crítica hacia la comunicación-mercado, basada en una comunicación intercultural de matrices prosaicas, puede contribuir a un cambio de valores respecto al cuidado del medio ambiente.

El turismo rural constituye un aporte para la economía campesina, siempre y cuando esta actividad asimile la particularidad de este tipo específico de economía y se integre al modelo de subsistencia familiar del campesino, incorporando en ella a los componentes del núcleo familiar y contribuyendo, por lo menos parcialmente, a sus demandas anuales de sobrevivencia.

Bibliografía

- Álvarez, Antonio (1994), *El ocio turístico en las sociedades industriales avanzadas*, Barcelona: Bosch.
- Asociación Española de Turismo Rural (ASETUR) (2000), *Manual de Marketing Turístico Rural*, España (mecanografiado).
- Augé, Marc (1998), *El viaje imposible. El turismo y sus imágenes*, Barcelona: Gedisa.
- Calomadre, José (2000), *Marketing ecológico*, Madrid: Ediciones Pirámide y Esic Editorial.
- Carmona, Sergio (2002), *La negociación intercultural para una antropología del desarrollo sustentable*, Bogotá: Universidad Nacional de Colombia.
- Casasola, Luis (1990), *Turismo y ambiente*, México: Trillas.
- Chayanov, Alexander (1986), *The theory of peasant economy*, Estados Unidos: University of Winsconsin Press.
- De la Torre, Oscar (2004), *El turismo fenómeno social*, México: Trillas.
- Elzo, Javier *et al.* (2001), *España 2000, entre el localismo y la globalidad. La encuesta europea de valores en su tercera aplicación 1981-1999*, España: Universidad de Deusto, Fundación Santa María.

- García Cuesta, José (1996), “El turismo rural como factor diversificador de rentas en la tradicional economía agraria”, en *Estudios turísticos*, núm. 122, vol. 45-59, Madrid: OMT.
- Jiménez Martínez, Alfonso (2005), *Una aproximación a la conceptualización del turismo desde la teoría general de sistemas*, México: Porrúa y Universidad del Caribe.
- Hunziker, Walter y Kart Krapf (1942), “Compendio general de turismo”, en Jiménez, Luis (1990), *Teoría turística*, Bogotá: Universidad del Externado de Colombia.
- Juniper, Andrew (2003), *Wabi Sabi. El arte de la impermanencia japonés*, Barcelona: Oniro.
- Lane, B. (1994), “What’s rural tourism?”, en *Journal of sustainable tourism*, vol. 2, núm. 1 y 2.
- Lipovetsky, Gilles (2002), *El crepúsculo del deber, la ética indolora en los nuevos tiempos democráticos*, España: Anagrama.
- López Pardo, Gustavo (1998), *Turismo y Medio Ambiente*, México: Instituto de Investigaciones Económicas, Universidad Nacional Autónoma de México (mecanografiado).
- Mandoki, Katya (1994), *Prosaica. Introducción a la estética de lo cotidiano*, México: Grijalbo.
- Organización Mundial de Turismo (OMT-WTO) (1992), *Conferencia Internacional sobre estadísticas de viajes y turismo*, Madrid
- Redfield, Robert (1971), *The little community, peasant, society and culture*, Estados Unidos: University of Chicago Press.
- Shanin, Teodor (1979), *Campesinos y sociedades campesinas*, México: Fondo de Cultura Económica.
- Wolf, Eric (1978), *Los campesinos*, México: Labor.

Humberto Thomé Ortiz. Maestro en Ciencias Agrícolas en Desarrollo Rural, doctorante del Programa en Ciencias Agrarias del Departamento de Sociología Rural, Universidad Autónoma Chapingo. Líneas de investigación: nueva ruralidad, relaciones campo-ciudad y turismo en áreas rurales.

Envío a dictamen: 31 de octubre de 2007.

Aprobación: 11 de enero de 2008.

